



COMUNICAÇÃO JORNALISMO & EDUCAÇÃO

Novas narrativas e espaços educativos



Gilson Pôrto Jr.
Ana Carolina Costa dos Anjos
(Orgs.)

Reconhecer que o discurso midiático é um elemento que constrói a realidade e que o mesmo se ancora na velha mídia (impresso, rádio, jornal), ou nas novas mídias e redes sociais, é um dos temas abordados nessa coletânea ao problematizar o papel da mídia na sociedade contemporânea. Não temos a pretensão de ter a palavra final, mas entendemos a coletânea como um espaço do contraditório, aberto e dinâmico. Além disso, de maneira transversal, os capítulos discutem o(s) papel(is) do jornalista como um agente social que pode contribuir com a educação, disseminação de conhecimentos e direitos é problematizar a profissão, sua práxis e reconhecer não que há, necessariamente, só uma crise, mas, uma mudança no modus operandi de toda sociedade a qual, segundo Zygmunt Bauman, vivencia tempos líquidos, exigindo assim do jornalista, o reinventar-se. Dividimos essa coletânea em duas partes: a primeira, intitulada Profissão Jornalística e a Ecloração de Novos Espaços e Narrativas. Os objetos são variados tendo o jornalismo pós-industrial, com maior possibilidade de autonomia (tanto econômica quanto política), a utilização de novas tecnologias da informação, redes sociais e aplicativos seja na ou para obtenção de pautas, construção de notícias ou ainda um canal que viabiliza um jornalismo colaborativo e com uma narrativa transmídia e como isso modifica a forma de fazer jornalismo. Na segunda parte, intitulada “Estudos de Comunicação, Jornalismo e Educação” apresenta a prática jornalística ligada a promoção de educação em Direitos Humanos, para educação no Trânsito, a Educomunicação como uma possibilidade de educação mais atrativa e eficaz, novas profissões como viderrepórter e a utilização de ferramentas da comunicação na formação de opinião favorável à militarização de escola pública. É claro que, apesar das reflexões, as temáticas não se esgotam em si mesmas, permitindo aprofundamentos e posteriores reflexões.



**Comunicação,
Jornalismo e Educação:**
novas narrativas e espaços educativos



Série
**Comunicação,
Jornalismo e
Educação**

Diretor da série:

Prof. Dr. Francisco Gilson Rebouças Porto Junior
Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

Comitê Editorial e Científico:

Profa. Dra. Cynthia Mara Miranda
Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

Prof. Dr. João Nunes da Silva
Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

Prof. Dr. Luis Carlos Martins de Almeida Mota
Instituto Politécnico de Coimbra, Portugal

Prof. Dr. Nelson Russo de Moraes
UNESP - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Prof. Dr. Rodrigo Barbosa e Silva
Universidade do Tocantins (UNITTNS), Brasil

Prof. Dr. Rogério Christofoletti
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil

Prof. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista
Universidade de Caxias do Sul/Universidade Federal do Amazonas, Brasil

Profa. Dra. Thais de Mendonça Jorge
Universidade de Brasília (UnB), Brasil

Profa. Dra. Verônica Dantas Menezes
Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

Prof. Dr. Fagno da Silva Soares
CLIO & MNEMÓSINE Centro de Estudos e Pesq. em História Oral e Memória
Instituto Federal do Maranhão (IFMA)

Dr. Luís Francisco Munaro
Universidade Federal de Roraima (UFRR)

Dr. José Manuel Peláez
Universidade do Minho, Portugal

Prof. Dr. Geraldo da Silva Gomes
Centro de Estudos e Aperfeiçoamento Funcional do
Ministério Público do Tocantins, CESAF/MPTO

Gilson Pôrto Jr.
Ana Carolina Costa dos Anjos
(Orgs.)

**Comunicação,
Jornalismo e Educação:**
novas narrativas e espaços educativos

ϕ editora fi

Diagramação e capa: Lucas Fontella Margoni

A regra ortográfica usada foi prerrogativa de cada autor.



Todos os livros publicados pela Editora Fi estão sob os direitos da Creative Commons 4.0

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR

Série Comunicação, Jornalismo e Educação - 3

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

PÔRTO JR., Gilson; ANJOS, Ana Carolina Costa dos(Orgs.).

Comunicação, jornalismo e educação: novas narrativas e espaços educativos. [recurso eletrônico] / Gilson Pôrto Jr.; Ana Carolina Costa dos Anjos (Orgs.) -- Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2016. 243 p.

ISBN - 978-85-5696-048-1

Disponível em: <http://www.editorafi.org>

1. Comunicação. 2. Jornalismo. 3. Educação. 4. Cultura. 5. Ética.
I. Título. II. Séries.

CDD-177

Índices para catálogo sistemático:

1. Ética e sociedade 177

Sumário

Apresentação, ou a guisa de um reconhecimento	9
O Jornalismo Pós-Industrial como experiência da Ponte	
Marina Parreira Barros Bitar	14
Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior	
Novos Horizontes: a narrativa transmídia e um novo modo de fazer jornalismo	
Diogo Akyra Arantes Noda	41
Twitter e produção jornalística: um estudo de caso sobre a aprovação do impeachment de Dilma Rousseff	
Lara Francielly Santos Tavares	48
Evolução da comunicação nas mídias sociais: do Blog, Twitter ao WhatsApp	
Luana Evangelista de Lima	72
Mídias Sociais no Brasil: o Impacto das Novas Tecnologias no Universo da Comunicação Organizacional	
Camila Pena de Alencar	92
A internet e as redes sociais como ferramentas na política: uma revisão de literatura	
Wéllida Araújo Resende da Rocha	112
Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior	
Videoreportagem e Profissão Repórter: o abelha nos bastidores da notícia	
Fernanda Alves Veloso Naves	130

O jornalismo como ferramenta de Educação em Direitos Humanos

Alessandra Bonfim Bacelar de Abreu Adrian 153

O Jornalismo e a Educação para o Trânsito: a influência do jornalismo na democratização da responsabilidade no trânsito

Wédila Souza Aires Jácome 172

Educomunicação como política pública

Isabelle Oliveira Bento Silva 190

A Percepção dos Educadores do Centro de Ensino Médio Dr. José Aluísio em Araguaína (TO) sobre o Processo de Militarização da Escola

Luciano Silva Gomes 211

Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior

Apresentação, ou a guisa de um reconhecimento

*“Não pode haver uma totalidade da comunicação.
Com efeito, a comunicação seria a verdade se ela fosse total.”*

Paul Ricoeur

É com enorme prazer que apresentamos o livro *Comunicação, Jornalismo e Educação: novas narrativas e espaços educativos*, cuja organização tem como foco a primeira turma do curso de pós-graduação lato sensu *Especialização em Ensino de Comunicação/Jornalismo: Temas Contemporâneos* do Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE), da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Reúnem-se alguns dos artigos produzidos ao longo da especialização, pelos pós-graduandos, conforme temas discutidos em aula e pesquisas desenvolvidas que, agora, se concretiza.

Reconhecer que o discurso midiático é um elemento que constrói a realidade e que o mesmo se ancora na velha mídia (impresso, rádio, jornal), ou nas novas mídias e redes sociais, é um dos temas abordados nessa coletânea ao problematizar o papel da mídia na sociedade contemporânea. Não temos a pretensão de ter a palavra final, mas entendemos a coletânea como um espaço do contraditório, aberto e dinâmico.

Além disso, de maneira transversal, os capítulos discutem o(s) papel(is) do jornalista como um agente social que pode contribuir com a educação, disseminação de conhecimentos e direitos é problematizar a profissão, sua práxis e reconhecer não que há, necessariamente, só uma crise, mas, uma mudança no *modus operandi* de toda sociedade a qual, segundo Zygmunt Bauman, vivencia tempos líquidos, exigindo assim do jornalista, o reinventar-se.

Dividimos essa coletânea em duas partes: a primeira, intitulada *Profissão Jornalística e a Ecloração de Novos Espaços e Narrativas*. Os objetos são variados tendo o jornalismo pós-industrial, com maior possibilidade de autonomia (tanto econômica quanto política), a utilização de novas tecnologias da informação, redes sociais e aplicativos seja na ou para obtenção de pautas, construção de notícias ou ainda um canal que viabiliza um jornalismo colaborativo e com uma narrativa transmídia e como isso modifica a forma de fazer jornalismo. Na segunda parte, intitulada “Estudos de Comunicação, Jornalismo e Educação” apresenta a prática jornalística ligada a promoção de educação em Direitos Humanos, para educação no Trânsito, a Educomunicação como uma possibilidade de educação mais atrativa e eficaz, novas profissões como viderrepórter e a utilização de ferramentas da comunicação na formação de opinião favorável à militarização de escola pública. É claro que, apesar das reflexões, as temáticas não se esgotam em si mesmas, permitindo aprofundamentos e posteriores reflexões.

No capítulo 1, **O jornalismo pós-industrial como experiência da Ponte**, Marina Parreira Barros Bitar e Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior apresentam o funcionamento da *Ponte Jornalismo*, uma iniciativa online de jornalismo independente criada, em 2014, dentro do contexto do jornalismo pós-industrial debatido pelo relatório do *Tow Center for Digital Journalism School*, da *Columbia University Graduate School of Journalism*, divulgado em 2012. A proposta da autora é entender a experiência apresentada como uma alternativa à mídia tradicional e hegemônica, focada na produção de reportagens que prezem pela justiça e pelos direitos humanos e que discutam a segurança pública.

No capítulo 2, **Novos horizontes: a narrativa transmídia e um novo modo de fazer jornalismo**, Diogo Akyra Arantes Noda discute o jornalismo como ferramenta de comunicação, que procura se reinventar adaptando-se a

linguagem multiplataforma para se comunicar de maneira mais eficaz com o novo consumidor, que pela facilidade de acesso à internet, via smartphones e tablets, se torna também produtor de conteúdo.

No capítulo 3, **Twitter e produção jornalística: um estudo de caso sobre a aprovação do impeachment de Dilma Rousseff**, Lara Francielly Santos Tavares se propõe a analisar a dinâmica da plataforma *online Twitter* na produção e disseminação de notícias sobre a aprovação do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff. O trabalho partiu da observação participante, na qual os perfis do *Twitter* dos jornais O Globo e Folha de São Paulo foram monitorados entre os dias 16 e 18 de abril, período que antecede e sucede a votação do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff.

No capítulo 4, **Migração dos meios de comunicação: do blog, twitter ao Whatsapp**, Luana Evangelista de Lima propõe-se a desenvolver uma linha sobre a migração do Blog, Twitter e agora para o WhatsApp na produção e participação da sociedade na construção da notícia no jornalismo.

No capítulo 5, **Mídias sociais no Brasil: o impacto das novas tecnologias no universo da comunicação organizacional**, Camila Pena de Alencar explana como as organizações podem trabalhar o uso das mídias sociais para desenvolver ações voltadas ao público interno; além disso, expõe limites e oportunidades de atuação no ciberespaço. Nessa perspectiva, a autora procurou demonstrar com esse trabalho, por meio de três exemplos elucidativos, como as mídias sociais estão sendo empregadas para fortalecer a comunicação interna no ambiente organizacional.

No capítulo 6, **A internet e as redes sociais como ferramentas na política: uma revisão de literatura**, Wéllida Araujo Resende da Rocha e Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior verificaram como a política tem motivado os debates nas redes sociais. No artigo se procurou entender como o jornalista tem se adaptado e utilizado as redes

sociais, após os usuários também se tornarem produtores de conteúdos.

No capítulo 7, **Videoreportagem e profissão repórter: o abelha nos bastidores da notícia**, Fernanda Alves Veloso Nunes propõe uma reflexão sobre a utilização do formato experimental da videoreportagem no programa da Rede Globo de televisão Profissão Repórter. Utilizando como metodologia a análise de conteúdo e pesquisa bibliográfica, a autora faz um recorte dos gêneros e formatos presentes na televisão, com enfoque no telejornalismo essa pesquisa possibilita uma maior compreensão do programa semanal.

No capítulo 8, **O jornalismo como ferramenta de educação em direitos humanos**, Alessandra Bonfim Bacelar de Abreu Adrian discute que o jornalismo pode ser utilizado como ferramenta educativa e disseminadora dos direitos que a população tem e, às vezes, por desconhecimento, acaba não acessando. A intencionalidade da reflexão é demonstrar que se utilizando de papel de responsabilidade social, o jornalista pode desenvolver trabalhos que aproximem a comunidade mais carente das leis e, assim, garantir o acesso à justiça, aos direitos e principalmente a dignidade da pessoa humana, exercendo assim a Educação em Direitos Humanos.

No capítulo 9, **O jornalismo e a educação para o trânsito: a influência do jornalismo na democratização da responsabilidade no trânsito**, Wédila Souza Aires Jácome parte do questionamento se de fato o jornalismo tem assumido o seu papel de educar, capaz de estabelecer um horizonte de referências culturais e de modificar a estrutura da pauta, por meio da construção de uma realidade que vai além da representação, sendo capaz de preencher a lacuna deixada pela falta de efetividade das ações políticas. Assim, no texto a autora pretende conduzir uma reflexão a respeito do papel do jornalismo e de que forma uma mudança na

abordagem das reportagens pode influenciar na “Democratização da Responsabilidade”.

No capítulo 10, **Educomunicação como Política Pública**, Isabelle Oliveira Bento Silva analisou como a Educomunicação pode ser uma política pública eficaz nas escolas, como ferramenta de construção de mecanismos de libertação, aprendizagem, conhecimento, discernimento e exercício da própria cidadania, por meio dos meios de comunicação.

E, por último, no capítulo 11, **A percepção dos educadores do Centro de Ensino Médio Dr. José Aluísio em Araguaína (TO) sobre o processo de militarização da escola**, de Luciano Silva Gomes e Francisco Gilson Rebouças Porto Junior investigam e analisam a percepção de professores, orientadores e coordenadores do Centro de Ensino Médio Dr. José Aluísio, localizado em Araguaína Tocantins, sobre o processo de militarização da escola que, desde 04 de janeiro de 2016, passou a ser administrada por oficiais da Polícia Militar do Estado do Tocantins.

Acreditamos que as reflexões desenvolvidas pelos autores contribuirão para a percepção da confluência entre Comunicação, Jornalismo e Educação, criando assim novas narrativas e espaços educativos.

Palmas(TO), verão de 2016.

Gilson Pôrto Jr.
Ana Carolina Costa dos Anjos

O Jornalismo Pós-Industrial como experiência da Ponte

Marina Parreira Barros Bitar¹

Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior²

Introdução

No decorrer dos séculos, a atividade jornalística sempre esteve em constante mudança, seja pela evolução da tecnologia utilizada, seja pela censura imposta por governo ditatoriais, seja pelas crises financeiras, entre tantos outros fatores. Baseado em uma lógica industrial de produção de notícias e que depende da relação com a publicidade para sobreviver, o jornalismo da grande mídia encontrou-se em crise com o advento da internet, da rede mundial de computadores e com a diversidade de plataformas disponíveis a qualquer um que esteja conectado. Consequentemente, o jornalismo está se adaptando aos novos cenários e possibilidades que aparecem cotidianamente e se reinventa na forma de iniciativas inovadoras, como a Ponte.

¹ Graduada em Comunicação Social/Jornalismo. Pós-graduando em Ensino de Comunicação/Jornalismo: Temas Contemporâneos pelo Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE) da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: marinapbb@gmail.com.

² Pós-doutorando em Jornalismo e Sociedade (FAC-UnB). Bolsista de Produtividade em Pesquisa UFT. Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), mestre em Educação pela Faculdade de Educação (UnB) e graduado em Comunicação Social/Jornalismo (ULBRA) e Pedagogia (UnB). Coordena o Núcleo de Pesquisa e Extensão e Grupo Lattes Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE-UFT).

Posto isso, o artigo se propõe a identificar elementos e o modo de funcionamento da Ponte Jornalismo que fazem dela uma experiência do jornalismo pós-industrial. A Ponte Jornalismo é uma iniciativa sem fins lucrativos, que surgiu como um projeto de incubação e sobrevive por meio de duas parcerias já realizadas e pelo bolso dos próprios fundadores, que têm empregos paralelos remunerados na grande mídia ou trabalham como freelancers. Criada em 2014, na cidade de São Paulo, a Ponte conta com o trabalho voluntário de jornalistas e outros profissionais que se identificam com a causa.

Criada em um contexto de efervescência de notícias nas mídias sociais, a iniciativa surgiu como uma alternativa à mídia tradicional e hegemônica, fundada na lógica comercial e industrial, e da necessidade de cobrir assuntos muitas vezes deixados de lado pelos grandes veículos de comunicação: segurança pública, justiça e direitos humanos. Segundo Rossi (2005 p.77), “o dever fundamental do jornalista não é para com seu empregador, mas para com a sociedade”. A Ponte se propõe a realizar um jornalismo livre e independente focado na produção de reportagens investigativas.

O artigo tem como objetivo compreender os elementos que fazem da Ponte uma experiência do jornalismo pós-industrial, conceito defendido e destrinchado em dossiê publicado em 2012 (e traduzido, em 2013, pela revista ESPM) pelos pesquisadores Anderson, Bell e Shirky da *Columbia Journalism School*, nos Estados Unidos. Para os autores do relatório, a indústria jornalística está morta, mas o jornalismo segue vivo em uma multiplicidade de lugares. Além disso, também acreditam que projetos de jornalistas empreendedores vêm ganhando força e espaço em cursos de jornalismo e em certos veículos de comunicação. “Julgar a qualidade da inovação pelo lucro gerado – algo associado a essa ideia – nem sempre é útil, pois a busca do lucro deve ser precedida da criação de relevância” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 47). Desta forma, nesse novo modelo, o

lucro pelo lucro, a dependência da publicidade para gerar receita, e a péssima qualidade das notícias produzidas já não se sustentam nesse novo modelo jornalístico.

Para entender como funciona as iniciativas inseridas nessa nova lógica, identificou-se o modelo de funcionamento e financiamento da Ponte de acordo com as cinco convicções do dossiê: o jornalismo é atividade essencial na vida em sociedade, que o bom jornalismo sempre foi subsidiado de alguma forma, que a internet acaba com o subsídio da publicidade, que a reestruturação de novas formas de rotinas produtivas é obrigatória e que há inúmeras e diversas oportunidades de fazer um bom trabalho jornalístico de maneiras novas. Baseada no colaborativismo e na produção de notícias sem fins lucrativos, o novo modelo de jornalismo realizado pela Ponte é fruto do acesso à internet e à multiplicidade de produtores de notícias.

Jornalismo Pós-Industrial

Jornalismo pós-industrial é um termo que foi usado, pela primeira vez, pelo jornalista Doc Searls, em 2001, para propor a ideia de um jornalismo “sem rotativas” e que “já não é organizado segundo as regras da proximidade do maquinário de produção”, mas que parte do princípio da busca e da utilização de “novos métodos de trabalho e processos viabilizados pelas mídias digitais”, pois, na crise por qual passa o jornalismo, “não há solução capaz de preservar o velho modelo” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 37-38).

Esse termo foi amplamente debatido no relatório do *Tow Center for Digital Journalism da Columbia Journalism School*. Publicado, em 2012, e elaborado por C.W. Anderson, Emily Bell e Clay Shirky, o documento foi traduzido, em 2013, pela revista de Jornalismo ESPM e dividido em três partes: Jornalistas, Instituições e Ecossistema. De acordo com os autores, o jornalismo passa por uma fase na qual as velhas

formas de produção já não conseguem se sustentar em meio a uma realidade conectada e convergente.

As condições técnicas, materiais e os métodos empregados na apuração e divulgação das notícias até o fim do século 20 já não se aplicam. Estamos em meio a uma revolução, e a adaptação às novas fronteiras da profissão é a condição de sobrevivência nesse cenário, que prevê o uso intensivo de bases de dados, além da interação com múltiplas fontes e com o público. O foco do trabalho é a imprensa norte-americana, mas as lições a serem tiradas da análise servem a todos os interessados nos rumos dessa indústria (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 30)

Embora o documento revele apenas observações do jornalismo realizado nos Estados Unidos, tem a sua relevância e importância para o jornalismo dos países como o Brasil, que adotaram o modelo jornalístico norte-americano. O dossiê afirma que não há mais um indústria jornalística, pois, na última década, a área jornalística passou por transformações possibilitadas pelo fato de que todo o mundo passou a ter muito mais liberdade. Além disso, o *modus operandi* e as rotinas produtivas da profissão jornalística sofreram mudanças consideráveis com o advento e a evolução veloz da internet. Dessa forma, o relatório discute sobre as mudanças que já ocorreram na atuação jornalística, mostra o que está acontecendo no presente e que aprendizados podem-se tirar dessas discussões.

Produtores de notícias, anunciantes, novos atores e, sobretudo, a turma anteriormente conhecida como audiência gozam hoje de liberdade inédita para se comunicar, de forma restrita ou ampla, sem as velhas limitações de modelos de radiodifusão e da imprensa escrita. Nos últimos 15 anos houve uma explosão de técnicas e ferramentas. E, mais ainda, de premissas e

expectativas. Tudo isso lançou por terra a velha ordem (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 30)

Citando iniciativas norte-americanas que surgiram com as profundas transformações na realidade jornalística, o relatório expõe exemplos de jornalismo pós-industrial que já podem ser percebidos no Brasil, como as novas experiências de jornalismo sem fins lucrativos, o colaborativismo entre jornalistas e a sociedade, o financiamento coletivo através de plataformas na internet e a cobertura de manifestações e protestos graças à mobilidade dos aparelhos celulares. Como será abordada mais à frente, a Ponte Jornalismo surgiu em meio a essa nova realidade jornalística.

O relatório também faz um contraponto entre essas novas experiências com as velhas práticas da indústria jornalística: ao olhar para o jornalismo sem fins lucrativos, diz que não há como “acreditar que o jornalismo está seguro nas mãos de empresas voltadas ao lucro” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 32). Dessa forma, aponta para iniciativas inovadoras, que prezem pelo compromisso com a verdade e com o público ao invés do lucro pelo lucro.

Assim, “o que está patente é que o modelo há muito adotado pela maioria dos meios de comunicação – uma entidade comercial que subsidia a redação com receita da publicidade – está em risco” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 32). Segundo Paulino e Xavier (2015), é possível identificar que a manutenção da indústria jornalística no ambiente digital tem sido difícil e tende a sinalizar a ruptura e a transição de um modelo tradicional e industrial de negócio, bem como das suas rotinas e práticas produtivas.

As tecnologias digitais têm oportunizado a entrada de novos *players* no mercado de produção tanto de *hard news*, quanto de conteúdo jornalístico em profundidade e especializado. Dentre os novos

players, estão iniciativas estritamente digitais voltadas a produção de conteúdo jornalístico em geral e de nicho, inclusive investigações (PAULINO; XAVIER, 2015, p. 156).

Para os autores, mesmo com o cenário atual incerto, o jornalismo continua a ser produzido diariamente, mas tem encontrado novas formas e espaços de expressão e atuação que ultrapassam as barreiras da imprensa tradicional e da grande mídia. Logo, o papel da internet e de suas ferramentas nessa “revolução” foi crucial, pois, segundo o relatório (2013), é a partir do seu surgimento e da sua evolução que foi possível pôr fim à integração vertical, já que nesse modelo todo mundo paga pela infraestrutura que, conseqüentemente, é utilizada por todos. De modo que, o público “segue mais do que disposto a pagar pela reprodução e pela distribuição” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 35).

No que se refere à lógica pós-industrial, o jornalismo dependente financeiramente da publicidade está fadado a desaparecer, pois esse modelo já não se sustenta. Segundo Nonato (2015, p. 46), as relações trabalhistas de produção no jornalismo mudaram nas últimas décadas do século 20, principalmente “por conta da introdução das novas tecnologias. Em tempos de convergência entre o impresso e o jornalismo online, o profissional procurou enquadrar-se em novos papéis”.

Robert W. McChesney (2014), fundador da Free Press³, afirma que é preciso estar consciente que, para resolver o problema de gerar jornalismo suficiente, é preciso reconhecer que, mais do que qualquer outra coisa, ele é um

³ Free Press é uma organização não-governamental norte americana criada, em 2003, que luta pela internet livre e aberta e pela liberdade de imprensa. A organização é a maior defensora da neutralidade da rede. Seus fundadores são Robert W. McChesney, John Nichols e Josh Silver. Informação disponível em: <<http://www.freepress.net/>>.

bem público. Para o autor, jornalismo é algo que a sociedade quer, mas que o mercado não consegue gerar em quantidade ou qualidade suficientes. Assim, o mercado não tem capacidade para solucionar esse problema, mesmo com as mais fantásticas tecnologias.

Anderson, Bell e Shirky (2013), explicam que a chegada da internet trouxe uma revolução digital universal, na qual não há divisão entre produtores e consumidores, e que sua lógica vai de encontro aos princípios organizadores da produção jornalística vigentes desde o século 17. Ademais, reforçam que a abundância desse novo meio cria, na verdade, mais ruptura do que a escassez, “quando todo mundo de repente passa a ter muito mais liberdade, toda relação no velho modelo – no qual o meio de comunicação cobrava para “operar o gargalo” – pode ser questionada” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 73).

Logo, esse novo jornalismo, o pós-industrial, parte do ponto de vista em que as “instituições atuais irão perder receita e participação de mercado e que, se quiserem manter ou mesmo aumentar sua relevância, terão de explorar novos métodos de trabalho e processos viabilizados pelas mídias digitais” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 38). Se partimos do princípio que o jornalismo é fundamental e essencial para a vida social e cidadã, podemos pressupor que a única solução para a crise no setor é explorar novas possibilidades de sobrevivência da atividade jornalística mais focada no interesse público.

Com a superdistribuição – a propagação de conteúdo por redes sociais –, um artigo importante de uma publicação minúscula pode chegar a um público enorme sem custo adicional. Agora que muitos levam no bolso câmeras de vídeo conectadas a redes, uma quantidade cada vez maior de informação visual vem dos próprios cidadãos. Com a proliferação de novas possibilidades de apuração, interpretação e distribuição de informações, é

possível ver organizações tirando partido de métodos de trabalho que nem sequer existiam dez anos atrás. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 38)

Entre as diversas observações do relatório sobre esse novo cenário, um dos aspectos mais animadores e transformadores da atual cena jornalística “é poder explorar novas formas de colaboração, novas ferramentas de análise e fontes de dados e novas maneiras de comunicar o que é de interesse do público” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 38). Desse modo, os autores apontam que, se de um lado a exploração das possibilidades que o ambiente online oferece faz desaparecer os velhos monopólios, de outro existe um volume e uma quantidade cada vez maior de trabalho jornalístico realmente útil, realizado com a colaboração de amadores, multidões e máquinas.

Anderson, Bell e Shirky (2013) afirmam que o tema central do dossiê é mostrar como o jornalista precisará cultivar a capacidade de colaboração – com tecnologias, multidões e parceiros – para conseguir lidar com a responsável, e cada dia mais crescente, tarefa de narrar acontecimentos. Será necessário um trabalho multidisciplinar e colaborativo, começando pelas redações atuais que devem interiorizar novas competências organizacionais. Mas para que isso aconteça, profissional jornalista vai precisar de mais liberdade para poder refletir sobre o próprio jornalismo que realiza e seus processos para, consequentemente, aprimorá-los.

Os autores salientam, ainda, que em toda mudança estrutural sofrida pelo jornalismo no decorrer das décadas a falência de velhas formas de agir é sempre acompanhada pela expansão de novas oportunidades e necessidades de trabalhos jornalisticamente importantes, potencializados pela proliferação da comunicação digital, online e interconectada. Por isso, apontam para a necessidade da

existência de mais trabalhos investigativos e de reportagem, combinadas com formas mais recentes de apuração de informações de interesse jornalístico.

A Ponte: Segurança Pública, Justiça e Direitos Humanos

A Ponte Jornalismo é uma iniciativa sem fins lucrativos, que conta com o trabalho voluntário de jornalistas oriundos da grande mídia, que têm empregos paralelos remunerados ou trabalham como *freelancers*. Surgiu, em 2014, na cidade de São Paulo, como uma alternativa à mídia tradicional e hegemônica e da necessidade de cobrir assuntos relacionados à segurança pública, à justiça e, principalmente, aos direitos humanos, pautas que muitas vezes são deixadas de lado pelas grandes empresas de comunicação. Suas reportagens são divulgadas através de um site⁴ e de páginas no Facebook⁵, Twitter⁶, Youtube⁷ e Instagram⁸.

Ponte é um canal de informações sobre Segurança Pública, Justiça e Direitos Humanos que surgiu da convicção de um grupo de jornalistas de que jornalismo de qualidade sob o prisma dos direitos humanos é capaz de ajudar na construção de um mundo mais justo (PONTE,2014, texto eletrônico).

Seus fundadores são os jornalistas André Caramante, Bruno Paes Manso, Caio Palazzo, Claudia Belfort, Fausto Salvadori Filho, Joana Brasileiro, Laura Capriglione, Luis

⁴ <http://ponte.org/>

⁵ www.facebook.com/pontejornalismo

⁶ twitter.com/pontejornalismo

⁷ www.youtube.com/user/pontejornalismo

⁸ www.instagram.com/pontejornalismo/

Adorno, Maria Carolina Trevisan, Marina Amaral, Milton Bellintani, Natália Viana, Paulo Eduardo Dias, Tatiana Merlino, Rafael Bonifácio e William Cardoso. Atualmente, o conteúdo do site é produzido por 13 autores fixos: André Caramante, Bruno Paes Manso, Caio Palazzo, Claudia Belfort, Fausto Salvadori Filho, Gabriel Uchida, Igor Ojeda, Junião, Luís Adorno, Luiza Sansão, Lumi Zúnica, Paulo Eduardo Dias e Tatiana Merlino; e cinco colaboradores: Ana Paula Alcântara, Guga Kastner, Karla Dunder, Rafael Bonifácio e William Cardoso. O projeto também recebe reportagens de qualquer jornalista que queira colaborar, bastando enviar o material por email⁹.

De acordo com o site, a Ponte quer se tornar um para-raios de colaborações de jornalistas e fotógrafos, mas reforça que a iniciativa se baseia em trabalho voluntário. “Salientamos que nosso site baseia-se em trabalho voluntário, ninguém é remunerado pelas matérias que produz, mas creditaremos todo trabalho publicado” (PONTE, 2014, texto eletrônico). Além disso, a Ponte conta com instituições e profissionais das mais diversas áreas que são parceiros do site, realizando um jornalismo participativo e cidadão. A primeira matéria¹⁰ publicada no portal abordou os protestos da comunidade judia, em São Paulo, contra os ataques de Israel a Gaza, e foi postada no dia 21 de maio de 2014, sem assinatura de um jornalista, mas publicado em nome da Ponte.

Segundo Fausto Salvadori Filho 2016¹¹, no início da Ponte qualquer pessoa podia colaborar com matéria e

⁹ reportagem@ponte.org

¹⁰ Judeus protestam contra ataques de Israel a Gaza em SP. Disponível em: <<http://ponte.org/judeus-brasileiros-protestam-contra-ataques-de-israel-em-gaza/>>

¹¹ Em entrevista concedida nos dias 18 e 30 de maio de 2016, via email. Fausto Salvadori Filho é um dos fundadores da Ponte e é jornalista concursado da Câmara Municipal de São Paulo desde 2008, onde

reportagens jornalísticas, mas, com o passar do tempo, a equipe percebeu a dificuldade para quem não é jornalista conseguir escrever matérias seguindo os padrões do coletivo e manuais de redação. De acordo com o jornalista, não é todo mundo que consegue escrever seguindo as técnicas do jornalismo ou que tem interesse em fazer isso de graça. Dessa forma, para ser colaborador da Ponte é preciso produzir um texto com “conteúdo informativo, não panfletário, que busque ouvir todos os envolvidos, respeite as diferentes versões e trate com o mesmo respeito tanto a voz oficial, do governo, da polícia, quanto a do morador da favela” (SALVADORI FILHO, 2016, entrevista concedida).

Segundo o site da Ponte, a iniciativa independente nasceu com o apoio institucional e estrutural da Agência Pública¹² de reportagem e jornalismo investigativo, que é a incubadora do projeto, sob o ponto de vista do fortalecimento do direito à informação, da qualificação do debate democrático e da promoção dos direitos humanos (PONTE, 2014). A Pública foi criada pelas jornalistas Marina Amaral, Natália Viana e Tatiana Merlino, essas duas últimas também fundadoras da Ponte. Segundo o site, a Pública também é uma organização sem fins lucrativos, pioneira no Brasil, e que atua para promover o jornalismo investigativo independente, através de programas de mentorias para jovens jornalistas, bolsas de reportagens e incubação de projetos inovadores de jornalismo independente. “Para nós, o jornalismo não está em crise – está em renovação. A Pública acredita na reportagem. E no repórter” (PÚBLICA, 2014, texto eletrônico).

Sobre a estrutura de funcionamento da Ponte, Salvadori Filho (2016) explica que é horizontal, baseada no colaborativismo, e que não há hierarquia clássica de

trabalha como repórter de temas políticos e históricos para a revista Apartes.

¹² www.apublica.org.

redações, ou seja, que não existem editores, chefes ou patrões determinando pautas, enfoques ou ideologias por trás das reportagens. As redes sociais e a internet são essenciais para a comunicação do grupo para organizar o fluxo de informações.

Somos em mais ou menos dez jornalistas atuando regularmente. Fazemos reuniões presenciais toda terça-feira à noite, onde planejamos a semana, e passamos o resto do tempo em contato por Whatsapp e Facebook. Há colaboradores que volta e meia mandam textos para a gente, tanto jornalistas como artistas e pessoas de áreas ligadas aos nossos temas. Emicida, por exemplo, é um colaborador que costuma enviar artigos em ocasiões importantes, como eleições ou dez anos dos Crimes de Maio. Todos trabalham em empregos paralelos. Ainda não temos recursos próprios. Nossa estrutura é horizontal. Não temos chefes. Apoiamos os direitos humanos e somos apartidários. (SALVADORI FILHO, 2016, entrevista concedida)

Como explica Nonato (2015, p. 54), “os jornalistas do coletivo têm a consciência e a satisfação de produzir um jornalismo diferenciado dos demais”. Ainda de acordo com a autora, alguns membros do coletivo trouxeram a credibilidade e a experiência adquiridas durante o trabalho na grande imprensa e tem se destacado com um jornalismo independente de grandes reportagens, voltadas para tanto para o local, quanto para o global.

Tanto a Pública como a Ponte tem como diferencial a sua sustentação econômica. Enquanto a primeira se utiliza de plataformas de financiamento coletivo e apoiadores institucionais, a segunda funciona por meio de duas parcerias já realizadas e, principalmente, do trabalho voluntário dos envolvidos, fato que demonstra que a criação do coletivo foi movida pela necessidade de uma maior autonomia e

liberdade de expressão que os jornalistas não possuem em seus empregos fixos, e, também, pela realização profissional de produzir um jornalismo em que acreditam.

O jornalismo da Ponte: elementos pós-industriais

No dossiê sobre as transformações do jornalismo tradicional para o pós-industrial, Anderson, Bell e Shirky (2013) defendem cinco convicções: que o jornalismo é atividade essencial na vida em sociedade, que o bom jornalismo sempre foi subsidiado de alguma forma, que a internet acaba com o subsídio da publicidade, que a reestruturação de novas formas de rotinas produtivas é obrigatória e que há inúmeras e diversas oportunidades de fazer um bom trabalho jornalístico de maneiras novas.

Assim, além dessas características, esse artigo se propõe a identificar elementos do jornalismo pós-industrial descritos no relatório que também estão presentes no jornalismo praticado pela Ponte, por meio de uma análise descritiva e exploratória. Sobre a atividade jornalística ser essencial na vida em sociedade, o documento aponta que nem a importância do jornalismo, nem a importância dos profissionais dedicados ao ofício vão acabar com as transformações e as novas rotinas produtivas, e que, na verdade, o que está sendo posto em xeque é a linearidade do processo e a passividade do público diante da convergência e da liberdade possibilitadas pelo ciberespaço.

O que está chegando ao fim é um mundo no qual a notícia era produzida só por profissionais e consumida só por amadores – amadores que, por conta própria, eram basicamente incapazes de produzir notícias, distribuí-las ou interagir em massa com essa informação (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 72).

Como pode-se observar no conteúdo e no modo de funcionamento da Ponte Jornalismo, o colaborativismo e a cooperação entre jornalistas, público, pesquisadores, instituições, artistas, entre outros profissionais, propõe uma produção de conteúdo de uma forma colaborativa, dando eco às mais diversas vozes que queiram falar sobre segurança pública, justiça e direitos humanos. Por isso, o modelo sem fins lucrativos da Ponte se encaixa em uma prática independente, alternativa à lógica vigente e livre de pressões externas.

Paulino e Xavier (2015) abordam um estudo do Pew Research Center, publicado em 2011, que revela que as iniciativas independentes são aquelas que estão dentro do regime fiscal sem fins lucrativos e não são patrocinadas ou publicadas por outras instituições. “Geralmente, as não-independentes trabalham com equipes formadas, em sua maioria, por colaboradores, devido à dificuldade de pagar salários” (PAULINO; XAVIER, 2015, p. 159). Além disso, “são menos suscetíveis às mudanças do mercado e mais sustentáveis. Também estão mais ligadas à sua própria missão e tendem a se especializar em reportagens investigativas”. (PAULINO; XAVIER, 2015, p. 159).

Uma das missões da Ponte é dar visibilidade a questões omitidas pela mídia comercial, “contar histórias que não estão no dia-a-dia, levar à sociedade informações sobre o que está silenciado e encoberto” (PONTE, 2014, texto eletrônico). Por isso, apesar do foco da equipe ser as reportagens investigativas, o coletivo produz e divulga artigos, análises, documentários, relatórios, pesquisas, indicações culturais, conteúdo multimídia e materiais educativos sobre violência de Estado, justiça, segurança pública, racismo e gênero. A prioridade é realizar um jornalismo investigativo livre de compromissos econômicos, para “agendar o debate público, levar o Estado e a sociedade a buscar soluções para a desigualdade, a injustiça e a opressão”. Para produzir reportagens mais elaboradas, com

vários pontos de vista, “o canal **Ponte** une jornalismo, opiniões de acadêmicos e especialistas com as ferramentas das novas tecnologias e da nova sociedade” (PONTE, 2014, texto eletrônico).

Para Anderson, Bell e Shirky (2013), no momento atual e em um futuro próximo, é preciso um exército de jornalistas que se dedique integralmente “a relatar fatos que alguém, em algum lugar, não deseja ver divulgados”, e que não se limite apenas a disponibilizar e a divulgar a informação, informação essa que é uma mercadoria, mas que contextualize-a para que chegue e se repercuta entre o público. Desse modo, a Ponte não só produz um jornalismo essencial pela defesa dos direitos e que dê visibilidade aos esquecidos pela imprensa tradicional, como, também, possibilita que o leitor tenha acesso a uma pluralidade de vozes e a uma diversidade de debates relevantes para a sociedade. Como explica Salvadori Filho (2016, entrevista concedida), o coletivo é “um grupo que nasceu com uma missão jornalística. Queremos divulgar ao máximo uma realidade de violência cotidiana praticada contra o Estado, principalmente contra a população pobre e preta das periferias que não é conhecida como deveria”.

Além disso, o conteúdo produzido pela Ponte não é direcionado à audiência ou à quantidade de acessos ao site, nem focado em notícias diárias, com prazo curto para fechamento como nas redações tradicionais e nem atende à velocidade de postagens de matérias exigidas em sites jornalísticos, ao invés disso, o coletivo têm como missão a qualidade do material produzido, com o rigor jornalístico necessário a uma apuração mais aprofundada dos fatos para a produção de reportagens investigativas, que levam um tempo considerável para serem elaboradas.

Sobre o subsídio do jornalismo, mesmo ainda não sendo uma iniciativa sustentável economicamente, a Ponte conta com a colaboração de jornalistas engajados em torno do que acreditam e que doam seu tempo, em caráter

voluntário, para produzir matérias de qualidade. Salvadori Filho (2016) explica que, para começar a desenvolver o que hoje é a Ponte, utilizaram recursos da Agência Pública, que atuou como incubadora do projeto, compartilhando necessidades básicas, como redação com telefone e computador, uma sala de reuniões e a verba para criação e lançamento do site. Ainda segundo o jornalista, a parceria durou alguns meses, conforme previsto. Após a parceria, os fundadores do site chegaram a usar dinheiro do próprio bolso para pagar o aluguel da sala de reuniões em um espaço compartilhado em um bairro de São Paulo. “Foi então que percebemos que não tínhamos necessidade, naquele momento, de gastar com uma sede fixa. Hoje, fazemos nossas reuniões em um espaço cedido generosamente pela produtora GW” (SALVADORI FILHO, 2016, entrevista concedida). Sobre os custos do site, Salvadori Filho explica que estão sendo mantidos com recursos de duas parcerias já realizadas.

Os custos do site estão sendo bancados por duas parcerias que deram alguma grana: uma com a Artigo 19¹³ para um estudo sobre transparência na segurança pública e, principalmente, uma parceria com uma empresa¹⁴ que fez um estudo sobre a vida na rua usando os próprios moradores de rua como pesquisadores (SALVADORI FILHO, 2016, entrevista concedida)

Na parceria com o Artigo 19, metade dos recursos ficou com a Ponte e a outra metade foi dividida entre quem escreveu, ilustrou ou fotografou para o projeto. Assim,

¹³ O Artigo19 é uma instituição formada por advogados. Disponível em: <http://ponte.org/estudo-revela-falta-de-transparencia-da-seguranca-publica-em-sp/>>

¹⁴ Disponível em: <http://ponte.org/projeto-treina-moradores-de-rua-como-pesquisadores-da-vida-sem-teto/>

Salvadori Filho (2016, entrevista concedida), afirma que o modelo de produção jornalística adotado pela Ponte é “baseado na formação de um coletivo de profissionais, unidos em torno de um ideal, num projeto sem fins lucrativos, sem nenhum tipo de filiação partidária e aberto ao diálogo e à colaboração da sociedade”.

Segundo Anderson, Bell e Shirky (2013, p.33), nesse novo ecossistema que está se formando, o “papel do jornalista – como porta-voz da verdade, formador de opinião e intérprete – não pode ser reduzido a uma peça substituível para outro sistema social; jornalistas não são meros narradores de fatos”. Os autores também apontam que, o que antes era um conjunto de ocupações, agora a produção de notícias passa a ser um conjunto de atividades, ou seja, “embora sempre vá existir um núcleo de profissionais dedicados em tempo integral ao ofício, haverá uma participação cada vez maior de gente que mexe com isso apenas parte do tempo, muitas vezes em caráter voluntário” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 78).

Desse modo, o jornalismo da Ponte é subsidiado, mesmo que de forma esporádica, por parcerias com grupos e instituições que apoiam a linha editorial do coletivo e pelo bolso dos próprios fundadores e colaboradores que acreditam no projeto, tornando-o livre de pressões comerciais. Porém, essa forma de subsídio só foi possível graças à internet, que reduziu os custos de distribuição a quase ou igual a zero, possibilitou uma maior liberdade dos cidadãos e dos profissionais da mídia e ampliou o número de produtores de conteúdo, tornando a quantidade de pontos de vista e informações infinitamente maior e destituindo a exclusividade e parte do poder dos veículos de comunicação. Assim, infinitas possibilidades apareceram, tornando desnecessária e inviável a dependência do jornalismo pela publicidade.

A internet produz um salto imenso em diversidade num mundo dominado pela imprensa escrita e falada. Ultimamente, um volume crescente de notícias vem circulando por mídias sociais, sobretudo *Twitter* e *Facebook*; o crescente domínio da difusão social de notícias e comentários reduz ainda mais a capacidade de qualquer site de produzir um pacote exaustivo de notícias. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 78)

Para Nonato (2015), assim como os blogueiros independentes encontraram na internet uma forma produzir notícias de forma livre, a Ponte produz reportagens de forma independente e que estão fora da pauta das grandes empresas de comunicação. Segundo a autora, o grande diferencial da Ponte em relação aos demais sites de coletivos jornalísticos é que o trabalho é totalmente feito de forma voluntária, ou seja, não há apoiadores institucionais ou *crowdfunding*¹⁵ (financiamento coletivo) para manter o site e os gastos com pessoal, mas há pedidos de colaboração de reportagens.

Ao apresentar a ponte durante o evento rebelião jornalística, realizado em novembro de 2014, em São Paulo, as jornalistas Maria Carolina Trevisan e Laura Capriglione destacaram o modo horizontal de ser do coletivo, “em que tudo é decidido junto”, e o modo como o site busca usar a reportagem como peça importante no quebra-cabeças da justiça social. Para Laura, “com uma narrativa correta, a partir da vida concreta das pessoas, o jornalismo é capaz de produzir mudanças”, enunciado que demonstra a preocupação do grupo em resgatar e produzir um jornalismo independente e livre voltado para as

¹⁵ Popularizado graças à internet, o modelo de financiamento via *crowdfunding* usa a web para conectar a pessoa que tem uma boa ideia com as pessoas interessadas em pagar para tirá-la do papel. Disponível em: <blog.catarse.me/afinal-o-que-e-crowdfunding/>

transformações humanas e sociais (NONATO, 2015, p. 53).

De acordo com Nonato (2015, p. 55), esses arranjos econômicos não são novos, sendo inspirados no cooperativismo¹⁶ e no jornalismo alternativo/independente/livre, e adaptados “à sociedade em rede e (re) apropriados pelos jornalistas. Mas servem para demonstrar o quanto é fértil a busca por alternativas nesse momento de surgimento de novos meios e, ao mesmo tempo, de crise na profissão”. Para autora, os jornalistas estão sempre se reinventando, por isso, práticas colaborativas de produção de conteúdo e o financiamento coletivo por meio de plataformas da internet que surgem como novas apostas e alternativas de sobrevivência financeira, “baseadas num modelo de jornalismo sem fins lucrativos, voltado para a independência e a cidadania”, que tornam possível a prática de um jornalismo com maior autonomia e que seja contra-hegemônico, sem a pressão e o controle das grandes empresas de comunicação (NONATO, 2015, p. 55).

No site da Ponte ou nas suas mídias sociais não há um *banner* de publicidade ou anúncios, pois a ideia é ser uma alternativa à lógica comercial e não atender a interesses que influenciam na abordagem do conteúdo produzido. O que seus jornalistas produzem é um jornalismo contrário ao que é produzido dentro de uma visibilidade publicitária e mercadológica. O grupo de jornalistas da Ponte ainda busca formas de tornar essa iniciativa empreendedora em algo consolidado e que seja sustentável, mas a experimentação cotidiana de iniciativas como essa podem que desaguar em

¹⁶ É um movimento, filosofia de vida e modelo socioeconômico fundamentado na reunião de pessoas e não do capital. Seus referenciais fundamentais são: participação democrática, solidariedade, independência e autonomia. Disponível em:<www.brasilcooperativo.coop.br/site/cooperativismo/index.asp>

ideias inovadoras e permanentes. Salvadori Filho (2016), ressalta que a intenção do coletivo é tornar a Ponte uma iniciativa jornalística rentável, e que, apenas recentemente, conseguiram abrir uma conta bancária em nome da Ponte. Para o jornalista, a Ponte possibilita pensar em notícia como algo além do produto, “como um valor social em si, que não precisaria ser comercializada. Ainda não chegamos a um modelo sustentável para nosso projeto, mas estamos em busca” (SALVADORI FILHO, 2016).

Queremos ganhar dinheiro com o projeto, não para ter lucro, mas para que seja sustentável e possa ter continuidade. Crowdfunding é uma das várias possibilidades que estamos estudando. Há a possibilidade de assinatura para quem apoia o projeto (sem limitar o conteúdo para quem não é assinante), nos moldes do que faz o Viomundo¹⁷. Também estamos pensando em financiamento via fundações que se alinhem com nosso projeto, nos moldes do que a Pública faz (SALVADORI FILHO, 2016, entrevista concedida).

Com a lógica promovida pela internet, inevitavelmente, há uma reestruturação de novas formas de rotinas produtivas no meio jornalístico. Segundo Anderson, Bell e Shirky (2013), os jornalistas vão dedicar mais tempo a relações de colaboração, ao mesmo tempo em que, ao produzir conteúdo de qualidade, terão mais autonomia e controle sobre o próprio trabalho.

Shirky (2011), em seu livro “A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado”, explica que qualquer um, seja um indivíduo, o governo ou uma empresa, pode ser um membro habilitado da web, e ressalta que o grande diferencial da rede mundial de computadores é que a infraestrutura não pertence aos produtores de conteúdo, porque qualquer um que pague

¹⁷ Disponível em: <http://www.viomundo.com.br/>.

para usar a rede tem acesso a ela, independente de como irá utilizá-la. Para o autor (2011, p. 54), o comportamento generoso, social e criativo que se identifica atualmente com os processos colaborativos na era da Internet é consequência da “transferência para a economia pós-Gutenberg, com suas perfeitas versões intercambiáveis e suas capacidades de conversação, com sua produção simétrica e seu baixo custo”.

Tanto a web, quanto as suas múltiplas ferramentas e plataformas, modificaram a atuação do jornalismo investigativo, e a Ponte se insere nessa nova realidade, na qual o novo e o desconhecido são elementos recorrentes entre os que se aventuram a desbravar formas alternativas de práticas jornalísticas. Assim, o sentimento de colaboração movido por interesses em comum, em conjunto ao baixo custo da internet para colocar o coletivo jornalístico em funcionamento, foram fundamentais para o surgimento do coletivo.

A bem da verdade, as tecnologias digitais chegaram para mudar a cara do jornalismo investigativo, não apenas no sentido de facilitar o acesso a informações “protegidas” por entidades poderosas, mas também para garantir a proteção às fontes jornalísticas, reduzir custos de investigação e de coleta de informações, além de propiciar mais segurança e anonimato aos próprios jornalistas. Resta ao jornalista investigativo buscar as ferramentas tecnológicas mais convenientes e eficazes para levar a cabo sua missão num mundo de “liberdade de expressão em crise” (QUEIROZ; ALBUQUERQUE, 2013)

Mesmo com toda a tecnologia disponível, Salvadori Filho (2016) explica que, a apuração é feita com as ferramentas tradicionais e que nada substitui a reportagem e o contato com o outro, com as fontes. A tecnologia digital serve como um suporte para facilitar o contato com uma

multiplicidade de fontes, com banco de dados mais completos, dados brutos que ficavam em arquivos inalcançáveis ou informações que antes eram facilmente escondidas, além de permitir o aprofundamento das mais diversas questões propostas em pauta. Porém, não deve impedir o contato face a face com todos esses suportes de informação.

O grosso da apuração ainda é feito, e acho que sempre será, pelas ferramentas tradicionais: muita sola de sapato, entrevista, conversa, encontro, telefonema, e-mail, documentos, cartórios, sites. Uma novidade é uma curadoria que as redes sociais nos permitem executar. Além de contar com nossos próprios recursos de pessoal, ficamos de olho em produção de conteúdo interessante que rola por aí e que pode vir de várias fontes, de movimentos sociais a estudos de universitários e think tanks. Nada substitui a reportagem, mas ficar de olho na informação que chega às redes é sempre bom. Tanto pode levar a pautas como pode ser a própria pauta (SALVADORI FILHO, 2016, entrevista concedida)

Como em toda mudança no decorrer da história do jornalismo, “a erosão de velhas formas de agir é acompanhada da expansão de novas oportunidades e de novas necessidades de um trabalho jornalisticamente importante” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 43). A internet põe fim à verticalização que antes funcionava no modelo industrial de notícias, porque, agora, todo mundo paga pela infraestrutura, que pode ser utilizada por qualquer pessoa com acesso à rede de computadores. A partir dessa lógica, o dossiê (2013) afirma que o público tem mais disponibilidade e vontade em pagar pela reprodução e pela distribuição dos conteúdos.

Desse modo, é possível perceber que os jornalistas que formam a Ponte se inserem nessa nova forma de

organização, na qual, cansados de produzirem apenas notícias que obedecem aos interesses mercadológicos, criaram um meio onde pudessem realizar um jornalismo investigativo de qualidade, com liberdade de expressão, em paralelo aos seus empregos na grande mídia ou como *freelancers*, que garantem a sua sobrevivência. Empregos esses que mantêm devido a não independência financeira atual da Ponte. A iniciativa não precisou de reestruturação, pois já nasceu em um ambiente inovador e que possibilita o exercício de um jornalismo livre: a internet.

As rotinas produtivas da Ponte não obedecem à lógica vertical das redações tradicionais, pois seu funcionamento é horizontal, pautado na gestão e na produção democrática entre os colaboradores. Assim, o material que chega ao site é editado ou publicado de forma descentralizada e, ainda que determinados jornalistas tenham mais experiência do que outros, cada texto é sempre lido por mais de uma pessoa antes de ficar online. Segundo Salvadori Filho (2016), os mais experientes costumam editar o material, mas qualquer um que esteja disponível pode publicar a matéria. Ou seja, há um rigor jornalístico durante todo o processo de apuração, produção e divulgação da notícia.

Há um grupo menor, de umas seis pessoas, que, por ter mais experiência, costuma fazer as edições. A regra geral é só publicar um texto depois que outra pessoa leu. Não há centralização propriamente. Alguém escreve o texto, coloca na ferramenta, manda o recado "tem matéria, quem pode publicar?". Aí alguém vai lá e publica (SALVADORI FILHO, 2016, entrevista concedida)

A Ponte encontrou uma entre inúmeras e diversas oportunidades de fazer um bom trabalho jornalístico de maneiras novas ao criar uma realidade diferenciada do que o público estava acostumado quando tinha acesso apenas às

abordagens da grande mídia, que, nos moldes industriais, silencia vozes e invisibiliza sujeitos a fim de atender demandas do mercado e do capital, bem como evitar conflitos com seus financiadores e investidores.

Salvadori Filho (2016) conclui que sem a internet, a Ponte não existiria, pois ela é fruto de ferramentas tecnológicas que reduziram a zero o custo de distribuição da informação e permitiu que coletivos e indivíduos pudessem fazer seu próprio jornalismo, criando modelos além do noticiário feito e mantido por empresas. Para Anderson, Bell e Shirky (2013), a era pós-industrial permitiu que o ecossistema jornalístico digital se constituísse como um mercado mais transparente do que o monopólio do mercado da lógica industrial, bem como abriu caminhos para que iniciativas de jornalistas solitários e pequenos grupos são ideais para a descoberta de novas fontes de valor.

Logo, a Ponte se insere nesse novo modelo, em que jornalistas cansados da velha forma de exercer sua profissão se agrupam em pequenos grupos, em coletivos, guiados pelo interesse em comum em produzir um jornalismo diferente do que é realizado pela mídia hegemônica. O grupo é um entre centenas de iniciativas que surgem, dia após dia, em busca da liberdade editorial, do jornalismo ético e da investigação como norte para a produção de reportagens.

Considerações finais

A Ponte Jornalismo nasceu em contexto de jornalismo pós-industrial, no qual as rotinas produtivas foram profundamente modificadas, e a lógica do maquinário de produção e do lucro pelo lucro já não se sustentam. Em um formato de site jornalístico, o seu conteúdo também está presente nas mais diversas plataformas de mídias digitais, sendo acessado a apenas um clique. A Ponte foi criada em meio à realidade online e conectada, como uma alternativa à imprensa hegemônica, com foco em reportagens

investigativas e funciona em uma estrutura horizontal, com as decisões da redação sendo decididas democraticamente, sem responder a um superior, ou depender do lucro para funcionar ou obedecer às ordens de empresas ou do governo. Compromissados com a investigação, a responsabilidade jornalística e o rigor na apuração para divulgar “o que alguém, em algum lugar, não quer que seja divulgado”.

A Ponte já nasceu em um ambiente reestruturado, sem a necessidade do subsídio da publicidade, sob um modelo oposto ao tradicionalmente vigente, a partir do surgimento e desenvolvimento de uma diversidade de ferramentas e plataformas da internet, que democratiza o conteúdo e permite o colaborativismo entre profissionais da mídia, leitores, instituições, pesquisadores ao redor do mundo. Desta forma, a Ponte se vale da liberdade que a internet oferece para explorar outras formas de produzir um jornalismo sem as amarras do mercado e suas influências, realizando, assim, um trabalho jornalístico que se insere em uma lógica pós-industrial.

Entretanto, é possível concluir que um dos grandes desafios da Ponte é se tornar mais uma iniciativa estável, sustentável e sólida sem, contudo, abrir mão do rigor e ética jornalística e, principalmente, da independência editorial. Talvez, uma das alternativas seja escolher um profissional que trabalhe, exclusivamente, com a gestão jornalística do coletivo, para estudar melhor as diversas opções de sustentação econômica da forma mais independente possível.

Essa pesquisa tem a pretensão de abrir caminhos para estudos mais aprofundados acerca de atividades empreendedoras de jornalismo, da viabilidade de projetos de jornalismo independente, sem fins lucrativos, baseado no trabalho voluntário, bem como a produção de mapeamento dessas novas rotinas produtivas e a sustentabilidade de cada uma, para que se tornem iniciativas permanentes de

liberdade jornalística. Também se faz necessário uma análise sobre o grau de independência desses coletivos quando o financiamento não vem do público, mas de instituições e fundações. Há a necessidade, também, de mais pesquisas acerca dos conceitos de jornalismo livre, jornalismo independente e jornalismo alternativo, suas diferenças, semelhanças e incorporações dentro de um contexto pós-industrial e/ou contemporâneo.

Referências

Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo. Disponível em:

<<http://apublica.org>>. Acesso em 20 jan. 2016.

ANDERSON, C. W.; BELL, Emily e SHIRKY, Clay.

Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos. Revista de Jornalismo ESPM. Edição Brasileira da Columbia Journalims Review, 2013, p. 30-89. Disponível em: <

http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_5/files/assets/common/downloads/REVISTA_5.pdf>. Acesso em 3 fev. 2016.

MCCHESENEY, Robert W. **Digital disconnect:** how capitalism is turning the internet against democracy, Nova York, NY: New Press, 2013, 299 p.

NONATO, Cláudia. Blogs, colaborativismo e crowdfunding: novos arranjos para o livre exercício do jornalismo e a prática da cidadania. **Revista Altejour** (ECA-USP). 6, v. 2, p. 44-57, jun – dez 2015. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/99094/104081>>. Acesso em 10 abr. 2016.

PAULINO, Fernando Oliveira; XAVIER, Aline Cristina Rodrigues. Jornalismo sem fins lucrativos: transição, expansão, sustentabilidade e independência. **Revista Comunicação Midiática** (online), Bauru/Sp, V.10, N.1, p. 154-168, jan./abr. 2015. Disponível em: <<http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiatica/article/view/575/299>>. Acesso em 10 abr. 2016.

Ponte Jornalismo, Direitos humanos, justiça e segurança pública. Disponível em: <<http://ponte.org/>>. Acesso em 20 jan. 2016.

QUEIROZ, Ruy José Guerra Barretto de; ALBUQUERQUE, Dayane. **Jornalismo investigativo na era digital.** Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed779_jornalismo_investigativo_na_era_digital>. Acesso em 13 abr. 2016.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo.** São Paulo: Brasiliense, 2005.

SALVADORI FILHO, Fausto. **Entrevista 1** [maio 2016]. Entrevistadora Marina Parreira Barros Bitar, Palmas, 2016. 1 arq.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado.** Rio de Janeiro: Zahar, 2011, 210 p.

Novos Horizontes: a narrativa transmídia e um novo modo de fazer jornalismo

Diogo Akyra Arantes Noda¹

Introdução

Narrar fatos para conhecimento público ainda é a maior característica do jornalismo. A figura do jornalista, com seu bloco de anotações, microfone – ou gravador - à mão continua valendo, todavia, a web 2.0 e a mobilidade mudaram os processos comunicacionais no mundo todo. Dispositivos como smartphones, tablets e notebooks potencializados pelo fácil acesso à internet móvel ampliaram a possibilidade de consumidores midiáticos se tornarem cada vez mais produtores de conteúdo ou prosumidores (TOFFLER, 1980). O clássico conceito “emissor + mensagem + receptor” (MACLUHAN, 1964) deixa de existir quando não mais se pode separar emissor de receptor.

As diversas redes sociais, especialmente o Facebook, Twitter e, hoje, com ênfase o YouTube, possuem significativa difusão e oferecem inúmeros recursos para sua utilização. Esses espaços utilizam a narrativa transmídia, conforme explica Jenkins (2009).

Esse novo cenário abriu novos campos de investigação nas Ciências da Comunicação, trazendo novos conceitos ao *ecossistema midiático*. Originário dos anos 60. O *Media Ecology* é uma escola teórica que estuda os meios

¹ Graduado em Comunicação Social/Publicidade. Pós-graduando em Ensino de Comunicação/Jornalismo: Temas Contemporâneos pelo Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE) da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: dioakyra@gmail.com.

enquanto ambientes, estudando não somente a estrutura e o conteúdo como o impacto nos receptores.

Entre esses estão os conceitos de transmídia e crossmedia que embora alguns autores tratem como sinônimos são conceitos distintos.

Crossmedia e Transmídia

Henry Jenkins (2001) alerta, para evitar confusões conceituais, que crossmedia significa a transmissão de um mesmo conteúdo em diferentes plataformas. Estratégia ainda utilizada pelos meios tradicionais de comunicação, nos quais o mesmo conteúdo publicado impresso será duplicado em outros meios como sites, posts em redes sociais e vídeos.

Diferenciando os conceitos, crossmedia é uma estratégia e transmídia uma linguagem. A estratégia de crossmedia é mais adotada pelo marketing, enquanto que a narrativa transmídia é mais aproveitada para entretenimento, contudo começa a ser aplicada no jornalismo, mesmo que forma incipiente, provavelmente por conta de um perfil conservador das redações.

Vicente Gosciola (2012, p. 9) define narrativa transmídia como “uma história expandida e dividida em várias partes que são distribuídas entre diversas mídias, exatamente aquelas que melhor possam expressar a sua parte da história”. A multiplataforma, por sua vez engloba a veiculação de conteúdos complementares e, não, simplesmente, uma repetição de conteúdo de mídia em mídia, conforme Jenkins (2009).

A Narrativa Transmídia há muito já é realidade no cinema e se fortalece a cada ano como um novo modo de contar histórias. Um exemplo é a saga de fantasia espacial ***Star Wars***, que além dos filmes – sete até 2015 (*A ameaça fantasma, O ataque dos clones, A vingança dos Sith, Uma nova esperança, O império contra-ataca, O retorno de Jedi e O despertar da força*) e a previsão de mais dois para 2017 e 2018, além de um

Spin Off para 2016 (Rogue one – A Star Wars story) – seguiu ampliando, ainda na década de 1980, a história criada por George Lucas, em diferentes plataformas, como Histórias em Quadrinhos, livros, jogos de videogame e animações para TV, em sua predominantemente escritas e desenvolvidas por fãs que se apropriaram da saga e se tornaram também produtores de conteúdo.

A produção televisiva LOST trouxe uma forma de narrativa transmídia já adaptada para o século XXI, na qual além dos episódios regulares da série na TV – com inúmeras referências a livros e ícones da cultura POP, foram desenvolvidos episódios para internet (websódios), sites fictícios de empresas que figuravam a história da série – fazendo o espectador buscar informações para complementar o entendimento dos mistérios apresentados no programa em outras mídias e produzindo conteúdo em blogs e fóruns de discussão, ampliando a experiência do espectador.

Jornalismo Transmídia

Scolari (2011) defende que mesmo que o conceito tenha sido utilizado inicialmente no entretenimento, é preciso pensar em sua aplicação fora do universo ficcional, para tanto destaca duas vertentes principais da narrativa transmídia. A história contada por meio de vários meios e plataformas: ela começa em um meio e continua em outros, aproveitando o melhor de cada meio para se expandir. O prosumidor - termo criado por Alvin Toffler, no livro *A Terceira Onda*. -, que seria o consumidor que produz conteúdo (produtor + consumidor) divide suas experiências, pauta tendências e contribui no processo de criação de produtos e serviços também colabora na construção do mundo narrativo: ao relato do emissor (de cima para baixo), deve-se somar a produção de baixo para cima, ou seja, a contribuição dos consumidores, agora também produtores.

No livro *A Cultura da Convergência*, Henry Jenkins (2009), diz que a convergência midiática aproxima os interesses das indústrias de mídia e tecnologia do processo comunicacional da narrativa transmídia, estimulando a participação e a coprodução de conteúdo nas plataformas. “O Jornalismo transmídia é a notícia contada a partir de diversas histórias (independentes), em distintos meios (e linguagens) que em conjunto oferecem uma nova história passível de comentários e circulação por redes sociais e em dispositivos móveis” (RENÓ; FLORES, 2012, p.87).

Esse novo jornalismo é a ampliação da notícia, que se expande com características virais, compartilhada (e recompartilhada), pelos usuários das diversas redes sociais espalhando seu conteúdo para além do veículo gerador. Assim, o modelo tradicional da grande mídia é ameaçado por essa nova grande mídia, blogs, twitter, sites, YouTube, Facebook, Instagram, entre outras. Vale ressaltar a possibilidade de ampliação do conteúdo da notícia, buscando complementação em outras fontes virtuais uma vez que os dispositivos móveis podem permitir acesso imediato à internet.

O jornalismo brasileiro vem tentando acompanhar esse fenômeno transmidiático como forma de se aproximar do novo consumidor de conteúdo. Grandes portais de notícias ligados às maiores redes de telecomunicações, no país, refletem essa tentativa de aproximação. Em paralelo vemos o surgimento de diversos portais de notícia independentes que produzem conteúdo exclusivamente digital. Exemplos como Mídia Ninja e Catraca Livre que se utilizam das multiplataformas para levar notícias muitas vezes produzidas e editadas em dispositivos móveis, como smartphones e tablets.

Essa mobilidade possibilitada pelas novas tecnologias é extremamente necessária para os jornalistas da atualidade, especialmente os que atuam nas mídias digitais. Assim, sentimos que as redes sociais são capazes de difundir com

destreza a informação publicada pelos jornalistas, criando assim uma audiência midiática de maior alcance e expressividade.

Considerações Finais

A comunicação se torna cada vez mais mista, buscando um discurso mais adaptado às novas tecnologias faz uso de diversas linguagens e mensagens complementares. A narrativa transmídia surgiu naturalmente das características da sociedade contemporânea, que apresenta novas demandas comunicacionais fazendo necessário o desenvolvimento de novas linguagens.

A narrativa transmídia ainda é mais expressiva em produtos ficcionais de entretenimento, principalmente por questões mercadológicas. Jogos virtuais, revistas em quadrinhos, livros e quaisquer outras formas de mídia que possam ampliar a narrativa e consequentemente trazer mais lucro aos produtores. Afinal, são explorados muito além do produto inicial. Essa nova linguagem passou a ser notada e atendida por estudos de narrativa transmídia, potencializado pelo rápido desenvolvimento das redes sociais, facilitando aos usuários serem co-autores (prosumidores) de conteúdo na internet.

O estudo das narrativas transmídia (*Transmedia Storytelling*) é recente, tanto quanto o próprio termo, usado por Henry Jenkins pela primeira vez em 2003, facilmente aplicável ao estudo de produtos de entretenimento, entretanto, ainda são poucos os estudos mais aprofundados sobre outra área importante da comunicação: o jornalismo. Existe uma necessidade do jornalismo à construção de narrativas transmídia com características propriamente jornalísticas, espaço há para estudos que contemplem essa nova linguagem.

O Jornalismo transmídia é uma realidade ampliada todos os dias pelas redes sociais e novas produções

facilitadas pela interatividade e pela necessidade de se comunicar possibilitada a qualquer instante pelos dispositivos móveis.

Todavia, faz-se necessário que os novos estudos de narrativa transmídia dentro do jornalismo busquem desenvolver um estudo de recepção que ajude a analisar o conteúdo produzido e o impacto desse novo modo de fazer jornalismo no consumidor.

Referências

ALZAMORA, G.; TÁRCIA, L. Convergência e Transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. In *Brazilian Journalism Research*, v.8, n.1, p. 22-35, 2012.

GOSCIOLA, V.; RENÓ, D.; CAMPLANS, C. *Narrativa transmídia: entre teorias y prácticas*. Bogotá: Editorial UOC, 2014.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LAVERY, D.; PORTER, L. **Desvendando os Mistérios de Lost**, São Paulo: Novo Século, 2006.

MASSAROLO, J. C. **Jornalismo Transmídia: a notícia na cultura participativa**. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, Brasília, v. 5, n. 17, p. 135-158, jul./dez. 2015. Disponível em: <www.fnpj.org.br/rebej/ojs/index.php/rebej/article/view/433/255>. Acesso em 20 fev. 2016.

[MCLUHAN, M.](#) **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1996.

RENÓ, D. P. **Interfaces e linguagens para o documentário transmídia**. Fonseca, Journal of Communication – Monográfico 2 (2013), pp. 211-233.

_____; FLORES, J. M. **Periodismo Transmídia** - Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos. Madrid: Editorial Fragua, 2012. Disponível em: <https://www.academia.edu/9779059/Periodismo_transmídia>. Acesso em 19 fev. 2016.

_____.; VERSUTI, A. C.; MORAES-GONÇALVES, E.; GOSCIOLA, V. Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional. Bogotá: Palabra Clave, v. 14, n, 2, p, 201-215, Diciembre de 2011.

[SCOLARI, C. A.](#) **Narrativas transmídia** - cuando todos los medios cuentan. [Grupo Planeta](#), 2013.

TAYLOR, C. **Como Star Wars Conquistou o Universo**. São Paulo: ALEPH, 2015

TOFFLER, A. **A Terceira Onda**. São Paulo: Record, 2001.

***Twitter* e produção jornalística: um estudo de caso sobre a aprovação do *impeachment* de Dilma Rousseff**

Lara Francielly Santos Tavares¹

INTRODUÇÃO

As interações sociais que ocorrem no espaço virtual têm acarretado significativas mudanças nas rotinas de produção jornalística. A internet tornou-se um canal legítimo de troca e busca de informações entre os usuários. Com o jornalismo não foi diferente. A dinamicidade e agilidade com que as notícias são postadas nas redes sociais têm alterado e modificado a formato de produção, apuração de disseminação de notícias pelos veículos de comunicação. Somado a isso, o espaço virtual potencializou o alcance e amplitude de informações.

Esse artigo propõe uma discussão sobre o uso do *Twitter* pelos jornalistas e sobre suas implicações na rotina de produção jornalística. O universo da comunicação jornalística é atingindo diariamente com a efusão de informações veiculadas pelas plataformas *online*. Surgindo assim, o questionamento sobre o papel do jornalista nesse novo cenário comunicacional, se o jornalista é pautado pelas redes sociais, em especial, o *Twitter*. Cabe a esse trabalho debater como foi a veiculação de notícias sobre a aprovação

¹ Mestre em Desenvolvimento Regional (UFT), graduada em Comunicação Social/Jornalismo. Pós-graduando em Ensino de Comunicação/Jornalismo: Temas Contemporâneos pelo Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE) da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: larafrancielly@gmail.com.

do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff votada no dia 17 de abril de 2016.

O procedimento metodológico desta pesquisa consistiu na pesquisa de observação participante, onde foram monitoradas as publicações nos perfis do *Twitter* dos jornais O Globo (OG) e Folha de São Paulo (SP) entre os dias 16 e 18 de abril de 2016, isto é, avaliou-se o dia anterior, durante e o posterior à votação feita pelos deputados na Câmara Federal, em Brasília-DF. A pesquisa buscou analisar as notícias publicadas sobre conteúdos gerais e conteúdos sobre o *impeachment*.

As plataformas *online* facilitam o acesso a informações no espaço virtual, condensam acessos e publicações que podem ter, potencialmente, maior quantidade de visualizações e compartilhamentos. Assim acontece com os jornalistas na rotina de produção da notícia, a internet, por meio das redes sociais tornaram uma espécie de “fonte”, onde se pode buscar informações relevantes, apurar dados e ganhar tempo para o cumprimento do *deadline*.

O *Twitter* explora e modifica os formatos jornalísticos tornando os leitores mais críticos e ativos. Nos comentários são emitidas opiniões sobre o assunto, que fica registrado no perfil do veículo e pelos *retweets*, compartilha-se a notícia mesclada com sua opinião, que é lançada para mais leitores. Num cenário anterior às novas tecnologias, os veículos de comunicação possuíam maior legitimidade para pautar o que seria notícia ou não, dentro das informações “quentes” e “frias”. Atualmente, as redes sociais têm exercido o papel de *gatekeeper*, já que os jornalistas e editores, na maioria dos casos, apresentam em reuniões de pauta, informações e casos da internet que tiveram repercussão no espaço virtual.

Conforme uma reportagem publicada em março de 2016, no site de tecnologia CCM, o Brasil está em segundo lugar no ranking de usuários do *Twitter* com 41,2 milhões de

usuário. O país teve o crescimento de 23% no início desse ano, comparado ao ano anterior, superando o Japão que possui 35 milhões de usuários, de acordo com a pesquisa realizada por *SemioCast*.

Segundo a pesquisa, especialista na busca em redes sociais, o microblog atingiu meio milhão de usuários em junho de 2015, sendo que mais de 140 milhões de contas são de usuários residentes nos Estados Unidos. A atualização de notícias é ininterrupta com postagens a cada minuto, sendo que abrangem diversas editorias e interesses. A periodicidade é que faz o *Twitter* um catalizador de informação, já que sempre há algo novo para se visualizar. A interatividade, hipertextualidade e a dinamicidade das plataformas online atribuem ao perfil dos jornais sempre terem informações recentes e novas, ou mesmo notícias que são *retweets*. Ao se estar conectado, o leitor tem acesso a um leque de informações sobre diversas temáticas, num período de tempo e espaço jamais vistos.

Convergência Midiática *Online*

O ciberespaço é uma plataforma *online* que decorre da postagem de informações e na interação entre as pessoas. Esse espaço tem modificado o padrão comunicacional, bem como as formas referentes desde a produção até a recepção de notícias no campo do jornalismo. Antes as práticas sociais ocorriam mediadas pelos meios de comunicação de massa como televisão, rádio e jornal - agora por meio de *smartphones* e *tablets*, a sociedade acessa informações, concomitantemente, no período em que elas acontecem.

Os jornalistas não precisam mais informar a notícia finalizada, já apurada e montada, mas sim lançar fatos “quentes” já apurados, que ainda terão desdobramentos, o que mantém os leitores interessados e informados em tempo real. A audiência se torna uma leitura assídua do conteúdo, que é renovado minuto a minuto nas redes sociais. Isso nos

leva à cultura de convergência que é baseada na convergência de meios, inteligência coletiva e participativa, segundo Jenkins (2009). Para o autor, as informações são publicadas e divulgadas, modificadas e alteradas, devido à interação entre as pessoas. Atendendo às necessidades das novas tecnologias, a sociedade contemporânea busca informações em tempo real, assim o imediatismo e a interatividade são essenciais nesse processo. Os veículos de comunicação tiveram que estender suas redes informacionais.

Marshall McLuhan previu em estudos realizados, na década de 60, (1964, p.7) o conceito interativo e regido por tecnologias chamado “aldeia global”, no qual as pessoas estariam conectadas, transmitindo informações instantaneamente e como se estivessem no mesmo espaço. Previsão essa consumada pela internet, que oferece aos usuários informações em tempo real acessadas em qualquer lugar, basta ter uma conexão de internet. “A lógica comunicacional se constrói na nova esfera pública que é o ciberespaço, em se fazendo através da produção, do compartilhamento e da distribuição de conteúdo” (LEMOS, 2009, p.4). A atualização do padrão comunicacional reflete ainda na apuração da notícia, no agendamento, na linguagem e ainda na divulgação das informações.

O jornalista tem o papel de ir atrás da informação, de apurá-las e divulgá-las, porém, cabe a nós questionar se seu papel tem se modificado com as redes sociais, onde qualquer pessoa pode fazer o papel de jornalista, [não nos referimos ao mérito da profissão] ao pautar uma notícia com textos e/ou imagens. Ficando a encargo dos jornalistas e veículos de comunicação explorar a informação, buscando novos enquadramentos e enfoques.

Papel do *gatekeeper* nas redes sociais

O gatekeeper (tradução livre do inglês: guardião) é o termo usado no jornalismo que explica a função do editor

nas redações, aquele que “filtra” as notícias. Ele determina se a informação fica ou é retida. (WOLF, 1999, p. 78). Fica determinado a esse agente escolher o que deve ou não se notícia. Com o advento das redes sociais, em especial, do *Twitter*, essa função tem sido questionada por estudiosos da comunicação como estudos realizados por Zago (2011), Jenkins (2009), Glazer (2006), Bruns (2011), Recuero (2009), Seixas (2011) e Padilha (2009).

Observa-se que o *gatekeeper* teve seu papel alterado, já que não tem a função exclusiva de determinar o que será notícia, mas também de observar o que está em pauta e então selecionar as informações (ZAGO, 2011). Nesse novo cenário comunicacional, o jornalista seria um observador de assuntos pré-selecionados pela audiência, que seria uma fonte, no caso o usuário do *Twitter*. O profissional se pauta em tais assuntos que irão reverberar novamente com outro enquadramento ou com informações que acrescentem conteúdo a temática imposta pela audiência (BRUNS, 2005).

Em um estudo realizado em 2011, pela empresa Oriella PR Network, 67,9% dos jornalistas usam o *Twitter* como principal ferramenta no espaço virtual para divulgar notícias. “Pode-se dizer que um dos motivos que fizeram a ferramenta social se tornar tão popular é a maneira simples que ela possui de atualizar conteúdos, ou seja, transmitir e retransmitir informações” (DEITOS, 2010, p. 16).

O espaço das notícias tem sido modificado com a participação direta e a contribuição da audiência em propor uma temática e, além disso, o cidadão emite opinião crítica sobre o assunto e se envolve no processo de cobertura jornalística (BRUNS, 2011). De acordo com Bardoel; Deuze (2001), a função do *gatekeeper* não recai mais sobre o monopólio de apontar e priorizar o que deve ser agendado, todavia essa situação está sendo alterada pelas redes sociais, que apontam no ambiente *on-line* informação com potencial de notícias. O jornalista teve seu papel “redefinido”,

enquanto antes da globalização, ele escolhia o que seria notícia, nos tempos modernos ele tornou-se um “cão guia”.

A necessidade de oferecer informações sobre informações se tornou uma adição crucial às habilidades e tarefas do jornalismo. Isto redefine o papel do jornalista como um papel de anotador ou de orientador, uma mudança do cão de guarda para o “cão guia”. (Bardoel; Deuze, 2001, p. 94).

Naturalmente, com a necessidade de oferecer informação, em larga escala, com dinamicidade e agilidade, o papel do jornalista tem sido de antes observar para depois pautar. O que está sendo discutido nas redes sociais é de interesse do público e notícias com o desdobramento de tais informações atraem audiência. Esse novo formato adquirido pelo jornalista, é o que Bruns (2011) chama de *gatenwatching*, que ocorre quando a nova prática do jornalista recai sobre diversos canais, e não somente as fontes oficiais como agência de notícias.

Cabe ressaltar, que quanto mais canais mais informações e temáticas podem se exploradas. Isso gera outra discussão sobre o jornalismo cidadão e *open source*, ambos se referem à contribuição direta da sociedade na construção da notícia. O jornalismo cidadão e o *opensource* tornaram-se instrumentos na construção da notícia, entretanto são seriamente questionados, ao ponto em que até onde se atêm em fatos verídicos e com credibilidade devido à heterogeneidade de informações e pluridirecionamento de temáticas.

Castells (2000, p. 51) coloca que nas plataformas *online*, o público e o criador das notícias podem ser a mesma pessoa. A sociedade informacional adquire “fruição” com base nas diversidades de inovações. Afirmção corroborada, na situação em que um indivíduo que presencia um “fato” realiza postagens no *Twitter* sendo, portanto, o criador e depois é acionado por algum veículo como testemunha

ocular, tendo um segundo papel na mesma informação, o de fonte. Na plataforma *online* do *Twitter* qualquer usuário pode contribuir com sugestão de pautas para os veículos de comunicação. A gama de oportunidades faz com que os veículos atendam à necessidade de postagens imediatistas para solver a busca dos ávidos leitores por informações “frescas” minuto a minuto.

Uma vez que, quando o leitor acessa o perfil do veículo, sempre deseja visualizar uma informação nova, pois se já acessou há minutos, e ainda está a mesma informação, demonstra que a *timeline* está defasada. A celeridade com que as informações devem ser noticiadas e divulgadas pelos veículos de comunicação, que é incitada pelas redes sociais, aumenta a probabilidade dos jornalistas postarem informações sobre as mais variadas temáticas. E não somente conteúdo “quente”. O espaço noticioso cresceu e o tempo de postagem de informações também, ressalta-se que há décadas, os meios de comunicação em massa tinham 24 horas para pautar, apurar e divulgar notícias. Agora, o *deadline* é baseado na *timeline* das redes sociais.

Coberturas minuto a minuto, difusão de últimas notícias, [...] envio de atualizações diretamente do local do acontecimento via dispositivos móveis, [...] seriam algumas possibilidades de utilização do *Twitter*, que já vêm sendo postas em prática por organizações jornalísticas de todo o mundo. (ZAGO, 2009, p. 71)

A revolução digital nem sempre é vista com bons olhos no meio jornalístico, há profissionais que compreendem e maximizam o uso de recursos nas rotinas produtivas jornalísticas, ao mesmo tempo em que há aqueles que possuem uma visão “reducionista e pejorativa”, que as redes sociais são somente entretenimento e não fonte de informação que pode gerar notícia (ZAGO, 2009).

Na verdade, o *Twitter* é uma manancial de informações, que quando tratadas e desdobradas podem virar notícias, depende do enquadramento e o foco dado à informação. Inclui-se ainda a interação de diversos interlocutores, que ocorre no âmbito regional, local e internacional. Não há barreiras geográficas no espaço virtual das redes sociais. Para tanto, efetuamos um breve panorama histórico sobre o *Twitter*, sua criação e utilização, elucidando como o microblog tornou-se uma ferramenta de comunicação.

Microblog Twitter

O *Twitter* é um microblog, criado em 2006 nos Estados Unidos, sendo uma hibridização do blog e site, que permite que usuários cadastrados, que possuem perfil no blog possam publicar informação em até 140 caracteres em seu perfil, em tempo real. O Twitter surgiu para responder a pergunta: O que está acontecendo? [*livre tradução do termo em inglês*]. Os tweets (mensagens) aparecem na *timeline* (linha do tempo) do perfil dos seguidores de autor da postagem. Tendo assim, acesso a todas as atualizações dos perfis, cuja determinada pessoa segue, ou seja, tem interesse em receber informações daquela conta. O que denota que os laços sociais direcionam as interações no espaço virtual, sejam de cunho pessoal, profissional, de entretenimento ou informacional.

O site consiste numa espécie de agenda e diário online. Com um formato dinâmico, pois são apenas 140 caracteres para cada post, no caso twittada. O que rapidamente intrigou e interessou os principais influenciadores da internet, os chamados *early adopters*, que abraçaram a ferramenta e a transformaram na sensação do momento na web, ou seja, na rede global de computadores conectados à internet. Além de ser um espaço para descrição de

atividades momentâneas, o *Twitter* também é habitualmente utilizado como meio de cunho informacional, com links de notícias, entretenimento, manchetes e *teasers*. Diante disso, o twitteiro busca seguir ou mesmo observar o conteúdo que o satisfaz, como grandes rodas de discussões na rede. (TAVARES *et al*, 2012, p. 2)

O microblog possibilita ao usuário escolher suas ligação e conexões dentro do espaço virtual. Os usuários escolhem quem desejam seguir e recebem informações desses perfis. A dinamicidade e agilidade com que as informações são publicadas no *Twitter* pode ser uma das justificativas para a utilização jornalística, já que as informações são difundidas em tempo real, ou seja, paralelamente ao acontecimento.

As notícias podem ser dadas em tempo real, e não virtual. O interessado pode receber as notícias minuto após minuto no seu perfil, bem aquelas que lhe são do círculo de interesse, possibilitando a “viagem” ao site de notícias para conferir na íntegra. Corroboram também com a dimensão de disseminação das informações, recursos como o hipertexto que contribuem com a contextualização. Isso demonstra que a internet e suas ferramentas de comunicação constituem uma variedade de opções ao leitor. (TAVARES *et al*, 2012, p. 6)

O *Twitter* funciona como uma vitrine de notícias, onde os leitores podem visualizar as manchetes do quê é notícia e ainda escolher quais lhe interessam, sendo essas que irão levá-los ao *site* do veículo. E ainda, participar ativamente na divulgação da notícia, quando o leitor decide compartilhar, fazer um *retweet*. O microblog é ferramenta de aproximação e que supre a curiosidade dos leitores, já que é uma plataforma de concentração de informação e com rápida disseminação de informações. A hipertextualidade foi

uma das primeiras ferramentas utilizadas pelo jornalismo, ferramenta que gera interatividade do leitor, com mais desdobramentos da informação. O usuário tem acesso a recursos de vídeo, áudio e texto para obter a informação.

No processo de evolução e implementação de recursos das redes sociais, outras ferramentas têm sido aplicadas e reformuladas com o intuito de proporcionar ao leitor cada vez mais informações que possa buscar com base no seu grau de interesse. A *hashtag* é uma dessas ferramentas. A ferramenta utilizada pelo *Twitter* faz com que o leitor, ao digitar o símbolo # seguido de uma palavra-chave como #jornalismo, possa procurar tudo que foi publicado na rede social que englobe a palavra em questão: jornalismo. Além de oferecer ao usuário encontrar outra pessoa por meio da ferramenta @nome/perfil, na qual pode-se encontrar um perfil/conta no microblog, por meio do #assunto, pode-se localizar tweets sobre determinado assunto. Essas são ferramentas de filtro usado pelos usuários.

Outras ferramentas incorporadas na interface do microblog são os *reply*, *retweets* e *links*. O *reply* corresponde a uma resposta pública iniciada por @usuario, ato de responder alguém. O retweet ocorre no formato RT @usuario: tweet reproduzido”, é a reprodução de uma informação postada no microblog. E o *link* ocorre quando o usuário que postar uma informação que exceda o limite de 140 caracteres e para isso utiliza um site que compacte o link, que assim poderá ser postado no *Twitter*.

O microblog oferece ainda uma ferramenta de idioma, sem configuração obrigatória, fato esse que possibilita a interação com usuários com idiomas variados, elevando as chances de interação, visualização e da diversificação cultural da cadeia de contatos. Com tais ferramentas, existem usuários do *Twitter* que exercem o papel de um jornalista *in loco*. Como mencionamos anteriormente, não cabe a este trabalho apontar a função e características

das informações postadas, mas somente seu caráter noticioso.

Os usuários que postam informações “quentes” sobre notícias em evolução, muitas vezes, se tornam fontes para os jornalistas que encontram essas pessoas nas redes sociais, por meio de suas postagens. O formato do microblog é ideal para coberturas de acontecimentos em andamento que precisam ser atualizadas em tempo real. As redes sociais são influenciadoras e auxiliam na produção da notícia como os casos de crise política no país como de mensalão e escândalo da Petrobrás, os quais após serem revelados nas redes sociais tornaram-se pautas do jornalismo, que percebeu a constante pauta dos usuários em falar sobre desdobramentos das notícias veiculadas no *Twitter*.

De acordo com o levantamento da Bites Consultoria, diversas mobilizações sociais foram alvos de atenção e disseminação de informações no *Twitter* (2016). O que deve ter chamado a atenção de jornalistas e editores para possíveis pautas e coberturas a serem realizadas. Um escândalo internacional, que esteve em pauta no *Twitter*, foi o da FIFA em 2015. Segunda a pesquisa da Bites, o tema foi alvo de 4,2 milhões de *tweets* no mundo. O Brasil teve 231 mil postagens sobre o assunto. Já o movimento social denominado de “panelaço”, desencadeado no primeiro semestre de 2016. No Brasil, apareceu em 50.500 postagens no *Twitter*. Segundo a consultoria, somente no mês de março. Num único dia, 8 de março, foram registrados 120.200 *tweets*. No final do mês registrou-se 488 milhões de postagens com o termo #panelaço.

Tais fatos são explicados por meio da concepção de “ciberacontecimento”, proposto por Henn (2013), onde a repercussão de fatos nas redes sociais podem pautar os veículos tradicionais como TV, impresso e rádio. Uma vez que estando em evidência na *internet*, tais informações terão ainda repercussão nas demais esferas comunicacionais. Assim como coloca Zago (2011, p.165), “pode-se ficar

sabendo pelo Twitter antes de ver nos jornais, a partir de um link, de uma crítica, e até mesmo a partir de uma piada” (ZAGO, 2011, p.165). O jornalismo vende o que tem audiência: a notícia. Através dessa pesquisa pode-se observar a repercussão de notícias que estão agendadas na mídia.

Procedimentos metodológicos: análise e discussão

Com o intuito de averiguar a produção e disseminação de notícias pela plataforma online, *Twitter*, esse estudo realizou uma pesquisa de observação participante, que consistiu na coleta de dados observações diretas, entre os dias 16 de abril e 18 de abril de 2016. Período anterior e posterior ao dia, 17 de abril, no qual os deputados federais votaram a aprovação da abertura do processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff, na Câmara Federal, em Brasília-DF.

O objetivo da análise foi demonstrar como o processo de impeachment foi noticiado pelo *Twitter* nos perfis dos jornais O Globo (OG) e Folha de São Paulo (FSP). Segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC), o FSP é o jornal de maior circulação média no Brasil, conforme dados de 2014, a “tiragem” diária foi de 351.745 unidades, considerando as versões impressas e digitais. No perfil do *Twitter* o jornal possui 4,63 mil seguidores e 230 mil *tweets* até o dia 24 de abril de 2016. O OG, jornal carioca fundado por Irineu Marinho em 29 de julho de 1925, foi o segundo maior jornal em circulação média, no Brasil, no ano de 2014, posição que costuma ocupar com frequência no ranking do Instituto Verificador de Circulação (IVC), com a média diária foi de 333.860 unidades entre janeiro e dezembro de 2014. No *Twitter* possui 4,31 mil seguidores e 227 mil *tweets* postados até dia 24 de abril de 2016.

O procedimento metodológico utilizado foi o estudo de caso, que conforme Yin (2001, p. 19), é uma metodologia recomendada onde “o foco se encontra em fenômenos

contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real”. As narrativas jornalísticas postadas no perfil de cada jornal foram tabuladas por dia para a análise jornalística. Com base na observação participante os perfis dos jornais foram monitorados, posteriormente uma grade com todas as notícias postadas por dia pelos veículos foi formulada. Para tanto, as notícias foram fragmentadas em conteúdo sobre o *Impeachment* (IPM) e conteúdos gerais (GRS).

No quadro 1, podemos observar o resultado da pesquisa, cujas notícias foram postadas pelos veículos de comunicação OG e FSP no *Twitter*.

Quadro 1: Notícias postados no *Twitter* do OG e FSP

	16/04/201 6			17/04/201 6			18/04/201 6		
	<i>IP</i> <i>M</i>	<i>GR</i> <i>S</i>	Tota 1	<i>IP</i> <i>M</i>	<i>GR</i> <i>S</i>	Tota 1	<i>IP</i> <i>M</i>	<i>GR</i> <i>S</i>	Tota 1
OG	42	38	80	21	30	51	161	107	268
FS P	58	56	114	28	26	54	147	73	220

FONTE: elaborado pela autora (2016).

O jornal OG teve ao todo 399 postagens em três dias. Sendo 224 relacionadas ao processo de *impeachment*. A pesquisa observou que 56% das notícias postadas entre 16 e 18 de abril referiam-se ao *impeachment*, e que das notícias publicados sobre a temática, 65% foram de repercussão sobre a aprovação do *impeachment*, pois foram postadas no *Twitter* no dia seguinte, dia 18 de abril. Já o jornal FSP obteve 388 postagens entre os dias 16 a 18.

Figura 1: Notícia postada no perfil do FSP em 16 de abril de 2014



Fonte: *Print screen Twitter FSP*

Dessas, 233 tratavam do *impeachment*, isso é, 60% das postagens. No dia seguinte à votação, o OG teve 69% das postagens publicadas. Verificamos que as notícias postadas no dia 16 de abril fizeram prévias sobre o desenrolar da votação e, ainda, fez matérias exclusivas com deputados federais, especialistas, empresários e figuras públicas que poderiam emitir opinião crítica sobre o resultado da votação do dia seguinte. Fragmentando a análise por dia observamos que no dia 16 de abril, ambos os perfis obtiveram maior quantidade de postagens sobre o *impeachment*, sendo 53 % no OG e 51 % no FSP. No dia 17, o OG teve 41% e o FSP 52% de notícias sobre a temática em questão, percentual menor para o OG do que no dia anterior. Na segunda-feira, dia 18, na qual o OG teve 60% e o FSP 67%. No dia 18, a repercussão das notícias tiveram maior expressividade nos perfis de ambos os jornais, além disso, todas as notícias sobre o *impeachment* haviam tido *retweets*.

No dia 17, as notícias “quentes” sobre a votação do *impeachment* obtiveram maior volume nas postagens depois

do início da votação, após as 17 horas. No período de minutos o perfil era atualizado com informações sobre a votação e sobre manifestações em todo o país, tempo este determinado pela velocidade dos processos de interação nas plataformas *online*. Já no dia 18 houve a repercussão da votação e ainda os perfis dos veículos fizeram *retweets* das notícias postadas no dia anterior, e que talvez devido ao horário da votação que adentrou pela madrugada, muitos seguidores não acompanharam e assim os *tweets* foram repostados no dia 18 de abril.

Os *retweets* demonstram a mediação e as instâncias do reconhecimento da notícia. O *retweet* revela o interesse na informação e ainda a necessidade de ampliar a visibilidade, já que o ato de *retweet* implica na maximização das conexões que irão ter acesso à notícia (SEIXAS, 2011; ZAGO, 2011). Durante a pesquisa constatou-se que as postagens do dia 18, haviam sido *retwittadas*, do dia anterior, 17. A ação de retwittar uma postagem faz com que apareça novamente na *timeline*, acarretando que mais usuários tenham acesso e desencadeia novas redes de difusão, aumentando a circulação da informação e a quantidade de acessos no site do jornal, quando o usuário clica no link (em azul) para ler a notícia na íntegra. O *retweet* revela a “convergência de conteúdos” e suas características a multimídia, interatividade, hipertextualidade. (Barbosa *et al*, 2013). Como na figura 2, na qual a notícia teve 378 *retweets*.

Figura 2: Notícia postada no perfil do FSP em 18 de abril de 2014



Fonte: *Print screen Twitter FSP*

Verificou-se ainda, que os perfis de ambos os jornais no *Twitter* posta na *timeline* a Capa do jornal impresso logo nas primeiras postagens da manhã. Isso chama a atenção do leitor, para ler sobre o que é notícia no jornal e ainda incita o leitor que se interesse por conteúdo com mais detalhes e imagens a comprar a versão impressa. Como na figura 3, na qual o FSP postou a capa do jornal impresso do domingo, dia 17, dia da votação.

Figura 3: Notícia postada no perfil do FSP em 17 de abril de 2014.



Fonte: *Print screen Twitter FSP*

Um fato observado pela análise foi a pluralidade dos perfis no *Twitter* dos jornais, as notícias tratam de diversas editoriais: educação, política, saúde, esporte, curiosidades etc. Acreditamos que tal dinâmica na apresentação de informações afeta diretamente à intencionalidade do leitor, que ao buscar uma notícia que está em pauta, terá acesso a esse conteúdo, e para àqueles que somente buscam informações sobre qualquer assunto, recebem um leque de informações sobre as mais variadas temáticas.

Com a agilidade com que as notícias são divulgadas e atualizadas nas plataformas *online*, os veículos de comunicação têm maior flexibilidade para abordar todos os lados da informação. A plataforma *online* leva vantagem sobre as mídias tradicionais, pois não tem espaço para encaixar a matéria e ainda não precisa escolher uma notícia em detrimento de outra. Para as informações serem postadas no perfil depende do interesse do veículo em publicá-las, somente. Tal evidencia aumenta o consumo e produção de

informações, além de democratizar o acesso às informações, que recebem menos interferências dos “filtros editoriais” antes de serem postadas.

O tempo multicrônico, a dinamicidade, instantaneidade, interatividade e hipertextualidade fazem com que as notícias sejam postadas rapidamente e com sequências evolutivas cronológicas, como demonstrada no estudo de caso dessa pesquisa (SEIXAS, 2011). As informações são potencializadas com palavras-chaves e estruturas discursivas que chamem à atenção do leitor, inclusive com uma linguagem menos formal e elitista. A *hashtag* é uma ferramenta vantajosa que valoriza a temática evidenciada e ainda filtra pesquisas sobre o assunto. A ferramenta proporciona visibilidade e conexões para os usuários do *Twitter*, seja para os jornalistas e para usuários em geral.

O *gatekeeper* é uma função jornalística que tem sido modificada com a evolução das plataformas *online*, já que qualquer indivíduo pode ser editor, jornalista, fotógrafo e demais funções nas redes sociais. Para Bastos (2011, p. 288) a função “claramente a mais desafiada pela web, o *gatekeeper* deixou de ser o *gatekeeper*, para ser um dentre muitos outros”.

Quando o usuário *retweet* uma notícia e ainda emite opinião, está dando maior amplitude e agregando juízo de valor na informação. Ato esse que é feito pelo jornalista, editor, comentarista nas mídias tradicionais. (ZAGO, 2011, p. 59) coloca o que Hermida (2010) define como “ambiente jornalístico”. As plataformas *online* “aproximam tecnologias digitais em rede em tempo real com sistemas de percepção que oferecem diversos meios para coletar, comunicar e compartilhar informações”. Dessa forma, os usuários do *Twitter* mantêm as posturas e funções “institucionalizadas” por jornalistas.

Considerações Finais

Desde a popularização da internet e consequentemente utilização das redes sociais, o jornalismo vem sofrendo um processo de modificação de sua rotina de produção jornalística. A troca de informações e o consumo de notícias tem alterado o *modus operandi* do jornalismo. Essas mudanças modificam não somente as rotinas jornalísticas, como também a postura e o comportamento dos jornalistas e veículos de comunicação quanto à produção de notícias e relacionamento com as fontes e leitores.

Os usuários do *Twitter* são, concomitantemente, leitores e fontes das notícias. Ora, são consumidores das notícias, ora são potenciais fornecedores de informações, quando postam uma temática relevante e que possui desdobramentos a serem levados em consideração para o jornalismo. Fato esse que faz com que os laços sociais e as interações, entre jornalista-leitor e jornalista-fonte sejam moldados pela dinamicidade e agilidade com que as informações são disseminadas pelas redes sociais. A interatividade é uma via de mão dupla, que é usada pelos jornalistas e usuários das redes sociais.

O papel simbólico das redes sociais em ter legitimidade para disseminar notícias e ainda propor pautas aos jornalistas, as funções “institucionalizadas” do jornalismo têm ganhado adeptos e simpatizantes que publicam notícias em plataformas *online*, diuturnamente. O novo cenário comunicacional imposto pelas plataformas *online* legitima pessoas desconhecidas a terem seus discursos reconhecidos com valores de credibilidade e confiabilidade, uma vez ainda que os jornalistas recorrem a essas mesmas pessoas como fontes para produzir notícias.

Dessa forma, os jornalistas têm desenvolvido e reorganizado novas ações no processo de transformação da construção da notícia. Na atualidade, os meios de comunicação correm contra o tempo, para não estarem

defasados na publicação de informações em relação a seus pares como as plataformas *online*. Afirmar esta corroborada pelo estudo de caso do dia de aprovação do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, pode-se observar que o tema que ocorria em tempo real no dia 17 de abril, pautou a plataforma digital no dia anterior dia 16 de abril com conjunturas e possíveis resultados da votação, e que no dia seguinte, 18 de abril, foi tema predominante no perfil dos jornais que utilizaram de prévias sobre a votação cruzando com os resultados, além de falar das manifestações populares sobre a votação e conjunturas, fatos e discussões futuras sobre a política e economia do Brasil, além de abrir espaço para especialistas falarem sobre o assunto, o que gerou inúmeras notícias sobre a votação.

Na plataforma *online* pode-se atingir maior audiência, além de manter o público sempre atualizado sobre quais manchetes estão no *site* do veículo de comunicação. E ainda promove a democratização da informação, já que o consumo e a disseminação de notícias estão ao alcance de quem possui um perfil no *Twitter*. Esse trabalho sugere como desdobramento pesquisas sobre a interação dos jornalistas com a audiência e o aproveitamento de temáticas que estão em evidência nas plataformas *online* e como são utilizadas pelos veículos de comunicação.

Referências

BARBOSA, Suzana; FIRMINO, Fernando; NOGUEIRA, Leila da Silva. **Análise da convergência de conteúdos em produtos jornalísticos com presença multiplataforma**. Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano Artigos Seção Livre - n 2- p. 139-162, 2013.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. 'Network journalism': Converging competencies of old and new media

professionals. **Australian Journalism Review**, v. 23, n. 3, p. 91-103, dez. 2001.

BASTOS, Hélder. **Jornalismo Electrónico: Internet e reconfigurações de práticas nas redações**. Lisboa: Editora Minerva, 2000.

_____. **A diluição do jornalismo no ciberjornalismo**. Estudos em Jornalismo e Mídia - Vol. 9 Nº 2 – Julho a Dezembro de 2012.

BIANCO, Nélia Del. **A Internet como fator de mudança no jornalismo**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, vl. XXVII, no 1, janeiro/junho de 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf>. Acesso em 05 fev. 2016.

[BRUNS, Axel. Gatewatching. New York: Peter Lang, 2005.](#)

[BRUNS, Axel. Gatekeeping, Gatewatching, Realimentação em Tempo Real: novos desafios para o Jornalismo1. Brazilian Journalism Research – v. 7 - Número 1I – 2011.](#)

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. vol. 1. 4 Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

[DEITOS, Bruna. Apropriações do Twitter por jornalistas: estudos de caso. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso \(Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo\) – Universidade Regional de Chapecó, Chapecó, 2010.](#)

[GLASER, M. "Your Guide to Citizen Journalism". Public Broadcasting Service. Disponível em: http://www.pbs.org/mediashift/2006/09/your-](#)

[guide-to-citizen-journalism270.html](#) (Publicado em 27 de setembro de 2006). Acesso em 05 fev. 2016.

HENN, Ronaldo Cesar (2013). **Apontamentos sobre o ciberacontecimento: o caso Amanda Tood**. Anais. XXII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 4-7 de jun. 2013. Disponível em: <<http://encontro2013.compos.org.br/anais/estudos-de-jornalismo/>>. Acesso em: 17 abr. 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura de convergência**. Tradução de Susana Alexandria. – 2. Ed. – São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, André. **Nova esfera comunicacional**, in Dimas A. Künsch, D.A, da Silveira, S.A., et al Esfera pública, redes e jornalismo, Rio de Janeiro, Ed. EPapers, 2009, ISBN 978857650243-2, pp.9-30.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem** (understanding media). Ed. Cultrix. 2014. São Paulo. Disponível em: http://minhateca.com.br/niltonvarela/Documentos/Ebooks/Artes+e+Linguagens++Cinema*2c+Literatura*2c+Teatro+e+Cr*c3*adica/MCLUHAN*2c+M.+Os+Meios+de+Comunica*c3*a7*c3*a3o+como+Extens*c3*b5es+do+Homem,1507359.pdf. Acesso em 21 fev 2016.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na Web**. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 12., 2003, Recife. Anais... Recife: Compós, 2003.

ORIELLA PR Network. **Estudo Mundial de Jornalismo Digital 2012**: Destaques da imprensa brasileira. São Paulo: 2013 .

PADILHA, Sonia. A Internet, o jornalista e as inquietações. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-padilhainternet.pdf>>. Acesso em: 29 fev. 2016.

PAVLIK, John. **Journalism and New Media**. New York: Columbia University Press, 2001.

RECUERO, Raquel. **Discutindo redes sociais e jornalismo na internet**. 2009. Disponível em: <<http://www.jornalistasdawe.com.br/2009/02/14/discutindo-redes-sociais-e-jornalismo-na-internet/>>. Acesso em 20 fev. 2016.

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2009.

SEIXAS, Lia Fonseca. **Os gêneros jornalísticos no Twitter. Um estudo comparativo de organizações jornalísticas**. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, v.02, n.25, p. 33-50, dez. 2011.

TAVARES, Lara; DIAS, Weberson; SILVA, Maiara; GUIMARAES, Keline. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **Twitter: Fonte de Informação e Entretenimento**. XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, 2012.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

ZAGO, Gabriela. **Informações Jornalísticas no Twitter: redes sociais e filtros de informações**. Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília, 2011.

_____. **O twitter como fonte para o jornalismo.** R. Interamericana de Comunicação Midiática, <http://www.ufsm.br/revistas>, 2011.

_____. O Twitter como Suporte para Produção e Difusão de Conteúdos Jornalísticos. Pelotas, 2008. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/5887184/O-Twitter-comosuporte-para-producao-e-difusao-de-conteudos-jornalisticos>. Acesso em: 22 mar. 2016

YIN, Robert K. Estudo de Caso: Planejamento e Métodos. Tradução Daniel Grassi. 2ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Evolução da comunicação nas mídias sociais: do Blog, Twitter ao WhatsApp

Luana Evangelista de Lima¹

Introdução

A internet tem revolucionado a forma de fazer jornalismo. Em 1995, ainda era pouco conhecida, no Brasil. Já no ano subsequente (1996), tornou conhecida e foi ganhando espaço pelos principais veículos de comunicação. Além disso, segundo Mannarino (2000), em 1997, a internet já estava consolidada e com conteúdo em língua portuguesa e internautas brasileiros usufruindo de seus benefícios.

Com o início dessa revolução, as redes sociais vêm transformando o jornalismo. Segundo a jornalista, professora da ECOS/UCPel e pesquisadora, Raquel Recuero (2010), há uma diferenciação entre rede e mídia social. Sendo que as redes são uma espécie de metáfora para os grupos sociais. Mídia Social, por sua vez são um conjunto de características e dinâmicas das redes².

¹ Graduada em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade de Gurupi (UnirG). Pós-graduando em Ensino de Comunicação/Jornalismo: Temas Contemporâneos pelo Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE) da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: luanajlima@gmail.com.

² Por mídia Social entende-se que são “as dinâmicas de criação de conteúdo, difusão de informação e trocas dentro dos grupos sociais estabelecidos nas plataformas online (como sites de rede social) que caracteriza aquilo que chamamos hoje de mídia social. São as ações que emergem dentro das redes sociais, pela interação entre as pessoas, com base no capital social construído e percebido que vão iniciar movimentos de difusão de informações, construção e compartilhamento de conteúdo, mobilização e ação social. E isso ocorre principalmente porque as redes

Para se ter uma ideia, na década de 1990, profissionais da comunicação adotaram os blogs como meio de comunicação entre empresas jornalísticas e foi, por muito tempo, citado por grandes jornais como fonte de determinados acontecimentos. Isso mostra que os blogs deu início as reinvenções do jornalismo cibernética.

A internet possibilita a transmissão de áudios, fotos, vídeos, formação de grupos de conversas. Essas mensagens instantâneas, antes compartilhadas somente por Blogs, foram migrando para o Twitter e agora ao WhatsApp. Essas ferramentas tem trazido o leitor, telespectador ou ouvinte para mais próximo dos veículos de comunicação. Agora, a participação na construção da informação, da opinião sobre determinado fato, deixou de ser somente dos profissionais da comunicação e passou a ser, também, da sociedade.

Com toda essa transformação do jornalismo com das mídias sociais, vê-se a necessidade de um estudo para analisar como foi a migração do Blog, passando para o Twitter e chegando ao WhatsApp. Será que essa migração mudou a relação entre quem produz a notícia e quem recebe essa informação?

Jornalismo Participativo

A apuração da informação no jornalismo participativo tem passado por um momento de mudanças. Isso tudo porque, com a chegada das redes sociais, a sociedade tem tido uma grande participação na construção da informação junto aos veículos de comunicação.

Silva (2010, p. 155), define o *jornalismo móvel* como uma modalidade intrínseca ao ‘desejo’ de um trabalho que possa ser exercido em condições de mobilidade pelos

sociais acabam criando e mantendo, através das ferramentas da Internet, canais mais permanentemente abertos de informação e contato”. (RECUERO, 2010, texto eletrônico).

repórteres. É possível notar que o dia a dia das redações jornalísticas a internet têm permitido que as informações cheguem ao jornalista por fontes diversas.

A velocidade das informações faz com que jornalistas se movam em busca de informação, na qual exerçam a tarefa de escolher, entre centenas de acontecimentos, aqueles que merecem o *status* de notícia, a internet pode debilitar o processo da checagem, enfraquecendo o jornalismo de verificação, à medida que permite fácil acesso às matérias e às declarações sem que faça o trabalho de investigação (BIANCO, 2004, p.04).

Segundo Fonseca e Linderman (2007 p. 88) a característica fundamental dessa nova forma de produzir e fazer circular a notícia é a “superação do modelo transmissionista emissor-meio- mensagem-receptor”, originalmente presente no modelo convencional.

As autoras destacam que no jornalismo participativo, o antigo receptor agora se torna agente-produtor e também influencia diretamente na criação de pautas e na edição das notícias. "A ideia de participação é, justamente, descentralizar a emissão, oportunizando que mais vozes tenham vez no espaço público" (FONSECA; LINDERMAN, 2007, p. 88).

O sociólogo Michel Maffesoli (2004) ressalta que as pessoas não querem apenas a informação, mas também gostam de ser ouvidas e vistas.

Isso mostra que a sociedade tem a ânsia de contribuir na construção da notícia. Dessa forma, o público começou a participar mais da produção de informações que podem virar notícias. Os veículos de comunicação se tornam um produto feito por todos: profissionais da comunicação em parceria com população.

Hoje, a produção de jornalismo das TVs continua cobrindo os principais assuntos, mas com a diferença de que a participação do telespectador,

incentivada de várias maneiras pela própria emissora, colabora com a produção jornalística, por meio das Redes Sociais e outras plataformas digitais de interação na Internet. Tal situação se configura como um modo de compartilhar com o público a elaboração da agenda midiática, aumentar a audiência e reduzir os custos de produção. (CAJAZEIRA, 2013, p. 67).

O público tem demonstrado tanta afinidade com a internet e, conseqüentemente, com as redes sociais, que tem se transformado em um profissional da comunicação “amador”, seja como repórter, produtor, blogueiros e até comentarista, seja em rádio, TV, sites, blogs, jornais impressos.

Mesmo sem o conhecimento técnico e teórico adquirido pelos profissionais da imprensa nas faculdades de jornalismo, o público passa a ser uma opção para os veículos tradicionais que, inclusive, investem na capacitação do telespectador como produtor de notícias. (FRAZÃO; BRASIL, 2013, p. 114).

Com o surgimento das novas tecnologias, essa parceria entre telespectador e veículos de comunicação tende a ser cada vez maior. Antes essa participação era bem restrita. A internet deu espaço, primeiramente aos blogs; isso foi avançando e criando outros meios como o Twitter, Facebook e agora o WhatsApp. Essas ferramentas tem possibilitado o público participar da construção da notícia por meio do envio de fotos, mensagens, vídeos para as redações com o intuito de pedir ajuda, reivindicar seus direitos ou até mesmo sugerir fatos que possam tornar notícias.

Além disso, ao privilegiar o atendimento ao telespectador, trazê-lo para dentro da redação, como um parceiro na elaboração das pautas, através de suas sugestões, ou como um colaborador que é entrevistado ao vivo nas ruas, ou no estúdio, para expor ou ver atendidas suas reivindicações, a televisão dá um rosto àquele antigo receptor anônimo. (MUSSE, 2013, p.227).

O jornalismo tenta sempre o “furo” de reportagem e por fatos que acontecem de forma imediata. Por isso, os veículos de comunicação, buscam essa parceria com a população para enviar notícias às redações, fazendo com que haja essa participação no processo de produção da informação.

Na busca de criar fatos midiáticos continuamente, capturar nossa atenção e comprar nosso tempo, a televisão convoca o próprio espectador ou usuário a participar do processo de produção da informação. Ele é o consumidor-produtor que Walter Benjamin anteviu nos leitores que escreviam para os jornais, e que hoje recebem câmeras de vídeo para produzir imagens que vão entrar no telejornal, no programa de variedades, numa denúncia política, no "álbum" eletrônico pessoal. As tecnologias doméstico-industriais transformam cada um de nós em unidades móveis de produção de imagens e informação que alimentam o sistema de comunicação. (BENTES, 2002, texto eletrônico).

Dessa forma, segundo Bentes (2002), os telespectadores têm atuado como produtores de informações aos jornais, trazendo as redações conteúdos que podem virar notícias e se tornar de relevante ao interesse da sociedade.

Blog como Espaço Criativo e Emancipador

Segundo Summers (2015), Os blogs surgiram na década de 1990, por Jorn Barger que criou uma ferramenta onde os internautas podiam relatar notícias, desenvolver artigos ou até utilizar como diário.

Com a criação desse espaço, principalmente, os comunicadores, tiveram a oportunidade de lançar nas redes um perfil próprio, para que nesse canal de comunicação, o Blog, fossem postadas suas ideias, pensamentos e fatos ocorridos no dia a dia de cada profissional, que não exigia do autor uma formação acadêmica. Esses Blogs, tiveram a denominação de diário íntimo.

A princípio, o diário na internet vem assumir o pecado da vaidade no escrito íntimo. Ele é a prova de que o diarista pretende falar de si mesmo e espera que um grupo de pessoas se interesse e goste do assunto (...). A noção de íntimo aparece porque muitos blogueiros³ vão tratar nesse espaço de questões pessoais que pertencem ao terreno da intimidade. (SCHITTINE, 2004, p.12).

Os blogs podem trazer informações com diversas visões de um mesmo fato aos seus leitores. Além disso, o Blog tem suas características próprias, principalmente, por depender das contribuições/participações dos leitores. Dessa forma, os blogueiros sempre optam por um layout simples e funcional, facilitando o entendimento dos conteúdos postados. Com todas essas características, a publicação em blogs passou a fazer parte da rotina das redações.

Nem sempre, o idealizador e alimentador de blogs são de fato jornalistas, porém, a preocupação, normalmente, é a mesma: a interatividade com o leitor, por meio de

³ Blogueiro é o termo usado para denominar o autor de *weblogs*.

enquetes, opiniões, perguntas. De acordo com Schittine (2004), essa participação com o público é fundamental para que o blog seja, de fato, considerado jornalístico.

A troca com o público é uma das coisas mais importantes, é necessário responder aos seus comentários, se basear neles para escrever um novo texto. Estabelecer um diálogo com os leitores é a melhor maneira de se manter vivo em sua memória. (SCHITTINE, 2004, p.149).

E com o passar dos tempos, a ferramenta foi se tornando mais uma forma de interatividade com as pessoas. Os blogueiros foram se aperfeiçoando e o sistema foi melhorando com ícones para comentários, muitas vezes por pessoas críticas que denunciavam até mesmo um erro de português no texto publicado nos blogs.

E as mudanças e avanços não param. Os blogs tornaram-se o "endereço virtual" de muitas pessoas e empresas tornando fonte de informações, ferramenta de trabalho e auxílio de diversos profissionais, especialmente jornalistas, repórteres e professores.

O blog, por muito tempo, foi a 'sensação' de muitos profissionais da comunicação e, também, da sociedade em geral, isso tudo, pela facilidade de produção, que não exige grandes conhecimentos de linguagem html. Esse canal de comunicação servia como espaço para expor suas ideias, conteúdos, ideologias e acontecimentos do dia a dia. A tecnologia tem provocado grandes mudanças na comunicação que tem favorecido a rapidez na emissão e distribuição de conteúdos.

Independentemente dos blogs serem interpretados sob um viés estrutural, funcional ou como artefato cultural, eles consistem em suportes para a comunicação mediada por computador, ou seja, permitem a socialização on-line de acordo com os

mais variados interesses. (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2008, texto eletrônico).

Por muito tempo, cerca de uma década, os blogs tiveram um declínio considerável, contudo não deixou de existir e ser usados. Mas, com os avanços da tecnologia, outros canais de comunicação começaram a surgir e ganhar espaço e conquistar a sociedade, como por exemplo, o twitter.

Inclusão dos Microblogging como o Twitter

Com o passar dos anos, as tecnologias vão avançando e o surgimento de novos microbloggings, como o twitter, tem permitido novas formas de comunicação. O twitter foi lançado, em 2006, pela empresa Obvious e popularizou no ano seguinte. O twitter tem o envio máximo de até 140 caracteres e as mensagens podem ser enviadas por qualquer dispositivo que tenha acesso a internet.

O twitter teve um crescimento considerável por ter uma linguagem simples e curta, alcançando um grande número de leitores, possibilitando divulgação de informações em tempo real. “O acesso livre e aberto aos conteúdos postados pelos usuários é quase uma regra geral” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 73).

O Twitter é uma verdadeira ágora digital global: universidade, clube de entretenimento, ‘termômetro’ social e político, instrumento de resistência civil, palco cultural, arena de conversações contínuas. (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 66).

No início do seu surgimento o twitter não possibilitava a postagem de fotos. Agora, com a tecnologia cada dia mais avançada, o usuário pode postar fotos, porém, isso traz uma desvantagem, já que essa figura ocupa caracteres, diminuindo os espaços para as palavras.

Além de o Twitter se constituir em uma ferramenta econômica para a realização de coberturas, também se torna mais fácil para as pessoas acompanharem o que está acontecendo, na medida em que o Twitter possui um arquivo para recuperar informações passadas. (ZAGO, 2008, p. 109).

O twitter possibilita que o usuário execute, rapidamente, a emissão e informações ao formador de opinião. O aplicativo, além de emitir informações rápidas e objetivas, traz outro recurso que dispõe às pessoas a opção de “retweetar”, ou seja, compartilhar informações postados por outra pessoa. Para Rossetto (2013), o *Twitter* é um instrumento importante quando se trata de debates na internet, além da capacidade de juntar várias ferramentas em uma só.

Para Venicio A. Lima (2011) essa facilidade de obtenção de suportes, que conectem internet, têm atribuído um maior poder ao novo formador de opinião. Com isso, ultrapassa as barreiras físicas antes impostas à comunicação interpessoal e se comunica com várias pessoas através de “cliques” ou do sistema de “touch screen”.

Parcela importante da nossa população (inclusive da classe C), historicamente excluída do acesso à mídia impressa estaria hoje em condições de multiplicar as mediações das mensagens recebidas diretamente da internet e por intermédio de suas lideranças (que se utiliza da internet). Na medida que aumenta o acesso a fontes diferentes de informação e também o feixe de relações sociais ao qual o cidadão comum está interligado, diminui o poder de influência que a grande mídia tem de agir diretamente sobre a audiência (ouvintes, telespectadores e leitores). (LIMA, 2011, texto eletrônico).

Perante o exposto pode-se inferir que a tecnologia tem auxiliado a participação, ‘inclusive da classe c’, tanto no

processo de produção de notícia como deles mesmos serem protagonistas das notícias.

WhatsApp e a Sociedade

O WhatsApp tem sido um dos aplicativos com maior número de usuários do mundo⁴. Criado em 2009, o WhatsApp, se tornou uma máquina de troca de mensagens entre pessoas, que não param de aderir ao aplicativo. Segundo [pesquisa](#) divulgada no final do ano passado pelo instituto Ibope, o **WhatsApp** é o aplicativo mais usado pelos internautas brasileiros (93%).

O aplicativo tem uma capacidade de mobilizar as pessoas que quando o juiz Marcel Montalvão⁵, que atua na cidade de Lagarto, no Sergipe, determinou o [bloqueio do aplicativo de troca de mensagens WhatsApp](#), por 72 horas, em todo o país, deixou a sociedade transtornada. Muitos alegaram que com o bloqueio iriam perder negócios, comunicação da justiça, empregos, contatos com familiares e amigos.

Horas antes do aplicativo ser bloqueado, muitos usuários aproveitaram para desabafar e expor suas considerações com relação ao bloqueio. Muitos alegaram que “com tanta corrupção no Brasil a ser investigada, eles se preocupam com o WhatsApp”, depoimento de uma internauta (publicada em 02 de maio de 2016), que alega que o bloqueio foi irrelevante. Já este outro internauta (publicada em 02 de maio de 2016) acredita que é válido o bloqueio. “Eu apoio. Porque se o whats for criptografado vai ter como

⁴ Criado WhatsApp cresceu mais rápido que Facebook em 4 anos – pesquisado em 2 de maio de 2016 <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/02/criado-em-2009-whatsapp-cresceu-mais-rapido-que-facebook-em-4-anos.html>

⁵ Justiça ordena bloqueio do WhatsApp, no Brasil, por 72 horas - http://brasil.elpais.com/brasil/2016/05/02/politica/1462202517_026287.html - Acesso em 2 maio 2016.

saber dos criminosos e traficantes que passam informações via redes sociais...”, conforme figura 01.

Figura 01 - Bloqueio do WhatsApp



Fonte: Print screen do Site Notícias R.7⁶

O jornalismo atual segue uma tendência de ter a participação da sociedade na construção da notícia. Com isso, a construção da informação passa a ser bilateral com a interatividade do público, por meio de envios de mensagens, áudios, comentários, fotos, vídeos e, até mesmo com correções de informações equivocadas.

Nos novos moldes do jornalismo participativo, cada vez mais a notícia deixa de ser produção jornalística para se tornar processo de interação social.

Com as novas ferramentas colaborativas e o acesso fácil a equipamentos com recursos multimídia, a produção de informações, assim, deixa de ser

⁶ Acesso em 02 maio 2016.

exclusiva de certos segmentos sociais, como os jornalistas, e passa às mãos de qualquer cidadão que tem acesso a um computador conectado à Internet. (CASTRO, 2011, p.9).

Essas participações ficam cada dia mais fortes com a contribuição feita pelos usuários que colaboram, por meio de computadores, celulares que possuem internet.

O novo conceito de notícia que está emergindo das experiências informativas na web está apoiado na ideia de participação do público, que até agora estava limitado a um papel mais ou menos passivo. Com isto a notícia passa a ser, cada vez mais, um processo em vez de algo estático. (CASTILHO, 2004, apud CASTRO, 2011, p.10).

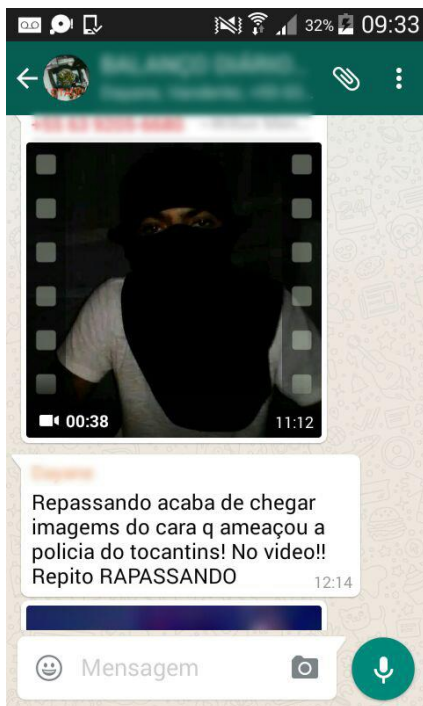
Com esse avanço da tecnologia, é fundamental que o jornalista tenha cautela na checagem da veracidade dos fatos dessas notícias que chegam por meio do WhatsApp. Christofolletti e Laux (2008) lembram que a questão da credibilidade constitui a pedra fundamental do jornalismo desde que a área começou a ser teorizada.

O fato é que a preocupação com informações confiáveis existe há mais de 300 anos. Já na primeira tese doutoral sobre Jornalismo, em 1690, o alemão Tobias Peucer apontava a necessidade de os relatos jornalísticos desfrutarem de uma condição de veracidade e de confiabilidade para que fossem bem aceitos pela comunidade. (CHRISTOFOLETTI; LAUX, 2008, p.33) oferecendo um exemplo bem claro de que dever haver a preocupação do jornalista com as informações que chegam às redações por meio do WhatsApp, enviadas por telespectadores.

Essa imagem (vídeo) que mostra um homem encapuzado ameaçando a Polícia Civil do Estado do Tocantins, começou a circular nos grupos de pessoas, por

meio do WhatsApp no início do mês de abril de 2016, ver figura 02

Figura 02 - Notícias do WhatsApp



Fonte: Print screen de mensagem recebida pelo WhatsApp em abril de 2016

Poucos dias depois, a Polícia Civil do Tocantins, após investigação e quebra de sigilo telefônico, identificou o homem. E, segundo informações da polícia, estava preso na Casa de Prisão Provisória de Palmas (CPPP) e fez o vídeo de dentro da cadeia.

Figura 03 - SSP divulga informação



The image is a screenshot of the website for the Secretaria da Segurança Pública (SSP) of Tocantins. At the top, there is a search bar with the text "O que você procura?". Below the search bar is a navigation menu with links for "Institucional", "Polícia Civil", "Polícia Científica", "Serviços", and "Notícias". The main content area features a news article titled "Polícia Civil identifica e indiciou autor de vídeo que ameaça segurança do Tocantins". The article is dated 13/04/2016 and is attributed to Yago Modesto/Governo do Tocantins. The text of the article describes a case where a man named Evaldo de Oliveira, 12 years old, was caught on video threatening public security. He is currently in custody at the Casa de Prisão Provisória de Palmas (CPP) and is being held in a 5th DP to provide statements. To the right of the text is a small image showing two men, one in a black balaclava and another in a green shirt with "POLÍCIA CIVIL" on it. Below the article text, there is a small caption: "De acordo com o delegado, depois que o vídeo foi divulgado nas redes sociais, a Polícia Civil começou a investigar sua autoria.".

Fonte: Print screen do site da SSP/TO pesquisado em (02/05/2016)

Com a possibilidade da participação dos usuários e o envio de conteúdos vindos de todas as partes, “alguém tem que verificar e garantir que determinada informação corresponde de fato à realidade. Assim, os jornalistas são, antes de tudo, necessários para credibilizar a informação” (ARAÚJO; et al. *apud* ROCHA; BRAMBILLA).

No entanto, a participação dos leitores, ouvintes, telespectadores suscita uma discussão sobre credibilidade e qualidade das informações. Quem garante a veracidade dos fatos? O jornalista confere a informação ou apenas seleciona o conteúdo? Com a rapidez e dinâmica em que os fatos acontecem é possível selecionar, verificar e editar todo o material colaborativo?

Além disso, pode-se questionar: onde fica a relevância de critérios como interesse público, veracidade, objetividade, clareza, exatidão, linguagem adequada? Tem-se uma situação em que todos esses pressupostos parecem diluir-se de tal forma que o jornalismo torna-se, pelo menos numa

análise preliminar, simplista, superficial, pouco sério. As tecnologias digitais de comunicação e informação vão, assim, ao encontro daquilo que Marcondes Filho (2000) chama de “teoria neoliberal da transparência”, em que cada um fala e divulga o que julga relevante – seja por interesse político, pessoal, econômico, etc. (FONSECA; LIDERMANN, 2007, p. 91).

Isso mostra que as mídias sociais tem permitido a colaboração do público na construção da notícia. Porém, a checagem da informação precisa ser criteriosa pelo profissional da comunicação para que a notícia não torne de interesse pessoal.

Considerações Finais

O jornalismo já não vive mais sem internet. Com a chegada das redes sociais, seja do blog ao atual WhastApp, a rotina das redações dos veículos de comunicação, provocou várias transformações, evoluções, permitindo a participação e a aproximação da sociedade com a formação da notícia.

A tecnologia vem avançando a cada dia e mudando o cenário jornalístico. Iniciou com o surgimento dos blogs, no qual principalmente, os profissionais da comunicação começaram a fazer uso do blog com a finalidade de expor suas ideias, que nem sempre era viável pelos jornais impressos, revistas, televisão, rádio. Mas, com o tempo foi perdendo espaço para o Twitter, que chegou com uma linguagem simples e objetiva para alavancar ainda mais a comunicação dos jornalistas com a sociedade.

Através desse trabalho foi possível notar mudanças na atuação dos formadores de opinião quanto às modificações que vem ocorrendo com no jornalismo, com a chegada da tecnologia, principalmente da internet. Esses avanços tecnológicos possibilitam mais independência na construção e divulgação de informações.

A migração das redes sociais como o blog, twitter e atualmente o WhatsApp, tem proporcionado facilidades em comunicação com a sociedade e também com demais profissionais da comunicação na construção da notícia.

Mesmo com tantas mudanças nesse cenário de convergência é preciso redobrar a atenção na produção e apuração dos fatos noticiados pelas redes sociais. Uma vez que, a proliferação de informações surgem a todo momento. Portanto, com o surgimento das redes sociais, a apuração da informação precisa ser eficaz, para que o profissional da comunicação não transmita a informação a população que não seja real.

Referencias

ANELO, Cláudia Regina Ferreira - **Telejornal MS Record 1ª edição e *Whatsapp*: uma análise da participação do público no conteúdo da TV por meio do aplicativo**; Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS - Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015

BENTES, Ivana. **Guerrilha de Sofá ou A Imagem é o Novo Capital**. Folha de São Paulo, São Paulo, 31/3/2002. Ilustrada.

BIANCO, Nelia R. Del. **A Internet como fator de mudança no jornalismo**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, vl. XXVII, nº 1, janeiro/junho de 2004.

CAJAZERA, Paulo Eduardo Silva Lins (2014). **A audiência convergida do telejornal nas Redes Sociais**. 97 f.

Tese (Pós-doutorado em comunicação) – Laboratório de Comunicação Online do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior, Portugal, 2014.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Lins. **As interações do público no telejornal com o uso das redes sociais.**

Revista Científica Ciência em Curso – R. cient. ci. em curso, Palhoça, SC, v. 2, n. 1, p. 59-70, jan./jun. 2013.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet:** reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CASTRO, Paulo César. **Jornalismo participativo e**

mediatização da recepção: a domesticação dos leitores na seção “Eu-Repórter” do Globo Online. In: XIX SBPJor. 2011. Rio de Janeiro – RJ. P. 1-17.

CUNHA, Mágda Rodrigues – **Blogs: Reinvenções em um Cenário Tecnológico** - Rio Grande do Sul, 2008.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; LAUX, Ana Paula França.

Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo e na blogosfera. São Paulo: Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v.31,p. 29-49, 2008.

DEIRO, Bruno Peixoto. **O ônus da agilidade no**

jornalismo online – 9º Interprogramas de mestrado da Faculdade Cásper Líbero.

FRAZÃO, Samira Moratti; BRASIL, Antônio. **A**

participação do telespectador na produção da notícia em telejornal: transformação do processo noticioso e da rotina profissional. Brazilian

Journalism Research (Online), volume 9, número 2, p. 112-129, 2013.

FIGUEIREDO Pedro; SAUDINO Fernanda; Uso do WhatsApp na Construção das Notícias: Reflexões sobre as Teorias do Jornalismo na Era Digital. Rio de Janeiro, 2015.1 – pesquisado em 15 de Abril, em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/bu_sca.htm?query=As+redes+sociais+como+fonte+de+informa%E7%E3o%3A+uso+do+Whatsapp+com+o+ferramenta+de+apura%E7%E3o+da+not%E9Dci+a+

FONSECA, Virgínia; INDEMANN, Cristiane. **“Jornalismo Participativo na Internet: Repensando algumas questões técnicas e teóricas”** Anais do Congresso Nacional dos Programas de Pós - Graduação em Comunicação. Curitiba: Compós, 2007.

Gillmor, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Editorial Presença, 2005.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. 2. Ed... Petrópolis: Vozes, 2010.

LIMA, V. A. **A internet e os “novos formadores” de opinião**. Observatório da Imprensa. Disponível em : < <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a-internet-e-os-novosformadores-de-opinio>>. Acesso em : 9 de agosto de 2014.]

MAFFESOLI, Michel. **“A comunicação sem fim”**. In: MARTINS, F.M.; SILVA, J.M. A genealogia do

virtual : comunicação, cultura e tecnológicas do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004, p.20 - 32

MANNARINO, Marcus Vinícius. **O papel do Web Jornal:** Veículo de comunicação e Sistema de Informação. Porto Alegre: Editora PUCRS, 2000.

MITCH Adam. Whatsapp é o novo aliado do jornalismo, 2015. disponível em: <https://jor8022.wordpress.com/2015/09/30/whatsapp-e-o-novo-aliado-do-jornalismo/> Pesquisado em: 28 de março de 2016.

MUSSE, Christina Ferraz. **Cultura, televisão e imaginário urbano.** Matrizes (Online). Ano 7, nº1, jan./jun. 2013 – São Paulo. P. 223-234.

MUSSE Christina Ferraz; THOMÉ3 Cláudia de Albuquerque - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG - **Um milhão de amigos no “RJTV”: o telespectador como produtor de conteúdo pelos aplicativos WhatsApp e Viber1** – http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/bu_sca.htm?query=jornalismo+participativo pesquisado em: 26/04/2016.

RECUERO, Raquel. **Mídias x rede social.** Site Raquel Recuero –Social Media, Rio Grande do Sul, 2010. Disponível em: http://www.raquelrecuero.com/arquivos/midia_x_rede_social.html#>.

SANTAELLA, L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter.** São Paulo: Paulus, 2010.ROSSETO, Graça; CARREIRO, Rodrigo;

ALMADA, Maria Paula. **Twitter e Comunicação Política: Limites e Possibilidades**, Revista Compólitica, n. 3, vol. 2, ed. Jul-dez, ano 2013.

SILVA, F. F. Jornalismo e tecnologias portáteis na cultura da mobilidade: tipologias para pensar cenário. *In: SCHWINGEL, C.; ZANOTTI, C. A. (Orgs.). Produção e colaboração no jornalismo digital*. Florianópolis: Insular, 2010.

SUMMERS Sidney. O surgimento dos blogs e sua importância. Bahia, 2015.

SCHITTINE, Denise. **Blog: Comunicação e escrita íntima na internet**. São Paulo: Civilização Brasileira, 2004.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**. Rio de Janeiro: Zahar 2011.

VIRGINIO¹ Rennam; BEZERRA² Ed Porto; NICOLAU³ Marcos - **Jornalismo na era das mídias sociais: as transformações e as novas práticas da profissão** – Revista Temática www.insite.pro.br

ZAGO, G. da S. **Jornalismo em microblogs: um estudo das apropriações jornalísticas do Twitter**. 2008. 171 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social) - Centro de Educação e Comunicação, Universidade Católica de Pelotas, Pelotas.

Mídias Sociais no Brasil: o Impacto das Novas Tecnologias no Universo da Comunicação Organizacional

Camila Pena de Alencar¹

Introdução

A internet traz a possibilidade de estabelecer conexões e dinamizar interações sociais entre sujeitos imersos no ciberespaço. Para Castells (2003, p. 287) a internet é o coração de um novo modelo sociotécnico, que constitui a base material de nossas vidas e de nossas formas de relacionamento, de trabalho e de comunicação. Ela processa a virtualidade e transforma em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos.

O poder da internet tem avançado rapidamente e está transformando a maneira de produzir e armazenar informações. As novas tecnologias estão permitindo a ampliação e a diversificação na forma de produzir conteúdos (DIZARD Jr., 2000). Com isso, surgem várias possibilidades de interação, através da ruptura do modelo 'um para todos' e da instauração do modelo 'todos para todos'. Nesse contexto, as mídias sociais constituem em um viés para estabelecer espaços de experimentação comunicativa pautados no último modelo.

¹ Graduada em Comunicação Social/Jornalismo. Pós-graduando em Ensino de Comunicação/Jornalismo: Temas Contemporâneos pelo Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE) da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: camilapenaalencar@gmail.com.

Para fins de elucidar melhor as terminologias utilizadas nesse trabalho, é importante fazer diferenciação entre dois conceitos-chaves: mídias sociais e redes sociais.

As mídias sociais são tecnologias e práticas on-line usadas por pessoas e organizações para disseminar conteúdo, gerando o compartilhamento de opiniões, experiências e perspectivas; podem ser consideradas um solo fértil para cultivar relacionamentos entre pessoas e instituições (RAMALHO, 2010). Elas estimulam a ação coletiva dos seus usuários no ciberespaço possibilitando compartilhamento de ideias, abertura de diálogos/reflexões e divulgação de conteúdos.

Já as redes sociais são estruturas formadas por pessoas ou organizações com interesses semelhantes, essas pessoas estão conectadas entre si de várias formas. De acordo com Martino:

Redes sociais podem ser entendidas como um tipo de relação entre seres humanos pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes. Apesar de relativamente antiga nas ciências humanas, a ideia de rede ganhou mais força quando a tecnologia auxiliou a construção de redes sociais conectadas pela internet, definida pela interação via mídias digitais. (MARTINO, 2014, p.55)

Existe certa confusão entre o conceito de redes sociais com mídias sociais, que, apesar fazerem parte do mesmo universo, são coisas distintas. Mídia social constitui o meio que determinada rede social utiliza para se comunicar. (CIRIBELLI; PAIVA, 2011)

Dessa forma, observada essa diferenciação, utilizamos neste trabalho o termo mídias sociais devido a sua amplitude em contraponto ao conceito de redes sociais.

As organizações que trabalham a comunicação de forma multifacetada e estratégica adotam as mídias sociais

para estabelecer um melhor relacionamento com o público externo². Dessa forma, não é novidade a criação de um perfil corporativo no Facebook ou de uma conta no Twitter; a disponibilização de vídeos no Youtube; a utilização de um blog corporativo para veicular conteúdos; a divulgação de fotos no Flickr ou no Instagram; o estabelecimento de uma rede profissional no LinkedIn; a participação no Google+; etc.

Quando pensamos em mídias sociais no âmbito da comunicação organizacional temos em mente a sua utilização para produzir, compartilhar e disseminar conteúdos visando à interação com o público externo de forma estrita. No entanto, as mídias sociais podem ser uma preeminente ferramenta para a criação de conteúdos que permitem a interação com o público interno³.

O presente artigo aborda o relevante papel das mídias sociais como ferramenta de interação das organizações com seus colaboradores; traz exemplos da inserção de tais mídias no universo da comunicação interna e, finalmente, analisa possibilidades e limitações do uso dessas ferramentas no cenário atual. Para isso, foi utilizada como abordagem metodológica a revisão bibliográfica e o estudo de caso, em que foram analisadas as experiências

¹ De acordo o Dicionário de Comunicação (2001, p.604), este público se define como “qualquer conjunto de indivíduos que tem interesses comuns com a organização ou empresa, direta ou indiretamente, a curto ou a longo prazo. Por exemplo: fornecedores, consumidores, concorrentes, entidades patronais, sindicatos profissionais, órgãos de informação (imprensa), autoridades (governo), público em geral”.

² “Conjunto de segmentos do público, constituídos pelas pessoas que são mais próximas à organização, instituição ou empresa. Classificam-se como públicos internos de interesse da empresa os seus empregados, diretores, acionistas e, conforme a estratégia de endomarketing, os revendedores, fornecedores, prestadores de serviços, etc”. (BARBOSA; RABAÇA, 2001. p. 605).

Comunicação Interna & Mídias Sociais

A comunicação interna e seus efeitos devem beneficiar ambas as partes: colaboradores e organização; para isso, necessita ser valorizada e compreendida por todos envolvidos. Segundo Curvello (2012), durante muitos anos a comunicação interna foi entendida como aquela voltada ao público interno, com objetivo de informar e integrar os diversos segmentos desse público aos objetivos e interesses da organização. Atualmente, pode ser definida por meio de uma abordagem social, compreendendo um conjunto de ações coordenadas pela organização; com objetivo de ouvir, informar, mobilizar, educar e manter coesão sobre os valores organizacionais que precisam ser partilhados por todos.

Para Kunsh (2003), a comunicação interna, juntamente com a comunicação mercadológica, administrativa e institucional, compõe a *Comunicação Organizacional Integrada*. A autora define a comunicação interna como um setor planejado, com escopos bem delineados, que tem por objetivo viabilizar toda interação possível entre a organização e seus colaboradores, utilizando elementos da comunicação institucional e também da comunicação mercadológica.

Viabilizar toda interação possível: é justamente nessa premissa que as mídias sociais podem ajudar as organizações no relacionamento com seus colaboradores, pois possibilitam uma participação mais interativa e ativa no processo comunicacional.

De acordo com Terra (2011, p. 2-3):

A mídia social tem como características o formato de conversação e não de monólogo; procura facilitar a discussão bidirecional e evitar a moderação e a censura; tem como protagonistas as pessoas e não as empresas ou marcas, isto é, quem controla sua interação com as corporações são os próprios usuários; tem como principais valores a honestidade

e a transparência; e privilegia a distribuição em vez da centralização, uma vez que têm diversos interlocutores que tornam a informação heterogênea e rica.

Com o objetivo de determinar o grau de maturidade das organizações brasileiras em relação ao *boom* das mídias sociais, a Deloitte Touche realizou uma pesquisa cujo resultado apontou que 70% das empresas entrevistadas utilizam ou monitoram as mídias sociais (CIPRIANI, 2010). A pesquisa também balizou que 83% dessas empresas utilizam tais mídias para promover ações de marketing e divulgar produtos e serviços; 40 % utilizam como ferramenta de Gestão do Conhecimento e 23% para integração interna e suporte a equipes.

Constatou-se, ainda, que a maioria das organizações buscam as mídias sociais para o relacionamento com seu público externo, no intuito de fortalecer seu pilar estratégico de negócios, ao aproximar os consumidores de seus fornecedores.

Entretanto, organizações que buscam trabalhar a comunicação organizacional de forma estratégica também têm optado pela utilização de mídias sociais para o relacionamento com seu público interno. As relações sociais estabelecidas nas novas mídias podem agregar valor à imagem⁴ da organização e nada melhor que envolver os colaboradores nesse processo comunicacional dialógico.

Partindo desse pressuposto, questiona-se: de que forma esse processo pode ser conduzido para que os objetivos funcionais da organização possam ser consonantes aos interesses dos colaboradores?

³ Rego (1986, p. 97) diferencia os conceitos de identidade e imagem. A primeira consiste na soma das maneiras que uma organização escolhe para identificar-se perante seus públicos e a segunda, por outro lado, é a percepção da organização por aqueles públicos.

Inicialmente, a organização deve estabelecer um diagnóstico completo de sua realidade, definir estratégias e formular um planejamento completo da ação comunicacional que pretende implantar. A criação de um plano de comunicação, documentado e formalizado, será de suma importância para o processo de tomada de decisões e também uma referência para ser seguida. Para tanto, é necessário que se leve em consideração a cultura organizacional. Essa cultura se determina a partir de um processo de aprendizagem, pelo qual perpassa determinado agrupamento social. Tal aprendizagem é basilar para que o grupo construa uma visão consensual e unificada, de forma a minimizar o conflito e gerar entendimento sobre as atitudes e comportamentos (MARCHIORI, 2011).

Assim, antes de se pensar em qualquer transformação, deve-se mapear o comportamento do público interno: como reage à determinada mudança; como trabalhar um modelo integrado de comunicação; quais limitações a organização pode encontrar e como superá-las; quais as potencialidades a serem exploradas e como alinhar os objetivos comunicacionais com a cultura organizacional.

Nesse contexto, para atender às demandas cada vez mais urgentes, impostas pelas novas tecnologias, as organizações devem redimensionar seus objetivos e sua forma de se comunicar e de se relacionar com seu público interno (MARCHIORI, 2011).

Feitas essas considerações partimos para a implementação da ação comunicacional, anteriormente planejada, que deve ser realizada com cautela para não resultar em excesso de informação e desgaste da imagem organizacional.

Isto é, não adianta simplesmente ir implantando, por exemplo, intranet, blogs corporativos, Second Life, meios colaborativos em curso, Web 2.0 etc., sem avaliar se há condições de viabilidade concreta. Ou

se de fato é a melhor opção para aquela realidade. Em outras palavras, a incorporação e instalação de meios digitais nas organizações têm que levar em conta as diferentes situações, condições tecnológicas, pessoal técnico, formulador de conteúdos, facilidades de acesso dos públicos e serem definidas com base sólida em pesquisa, diagnósticos e, conseqüentemente, um processo de planejamento correto e não simplesmente por modismo (KUNSH, 2007, p.15).

É preciso que a organização defina qual tipo de mídia social adotar, para se comunicar com seu público interno. Para essa escolha, a organização deve analisar o potencial que cada uma possui. Assim, conseguirá maior proximidade de seu público-alvo e melhor aproveitamento da ação de comunicação. (CIRIBELLI; PAIVA, 2011)

Para gerar aprendizado e interação com esse público, a tecnologia precisa ser simples; com ferramentas fáceis, atraentes e relevantes. O principal desafio consiste em escolher a ferramenta ideal, que atenda os objetivos da instituição e que favoreça a usabilidade. Pode ser uma plataforma já utilizada anteriormente, que após ser reformulada fornecerá possibilidades de interação, como, por exemplo, a criação de uma comunidade virtual no âmbito da intranet, onde os colaboradores possam interagir em tempo real.

A organização pode, ainda, implementar uma nova ferramenta de comunicação que estabeleça canais efetivos de diálogo com seu público interno, como por exemplo, a criação de um rede social corporativa. Essa tem sido uma boa alternativa para empresas que ainda temem os efeitos negativos das redes sociais (como o Facebook e o Twitter), que têm receio sobre o que seus funcionários irão dizer e acreditam que essas redes podem interferir negativamente na produtividade dos seus colaboradores. Assim, optam por

uma rede interna, com acesso restrito ao ambiente de trabalho, passível de um maior monitoramento.

Cabe ressaltar que não importa se a organização escolhe uma mídia social aberta ou fechada, o importante é estimular os colaboradores a participarem e, além disso, orientá-los sobre como utilizar a nova ferramenta. Algumas empresas utilizam manuais de conduta, com objetivo de guiar seu público interno sobre como proceder no universo das mídias sociais.

A criação desse tipo de manual é válida, todavia deve trazer orientações e não imposições/arbitrariedades, com o risco de intimidar/desestimular os colaboradores a interagirem com as mídias sociais. A intenção é que a comunicação interna seja interativa e transparente, ou seja, que os colaboradores tenham a oportunidade de intervir, originar e compartilhar conteúdos sob uma perspectiva “todos-todos”. Tudo isso requer que a organização seja sensível à diversidade de experiências e representações particulares, e que evite reduzi-las e homogenizá-las sob um único modelo (FORMANCHUK, 2011).

Campanhas informativas, treinamentos para utilização da nova ferramenta, produção de vídeos explicativos podem ser boas alternativas para auxiliar o público interno na utilização das novas mídias. Todavia, vale lembrar, que o engajamento dos colaboradores é um desafio comum entre as organizações, independente do seu ramo de atuação ou tamanho. Por isso, é importante que promovam estratégias em prol desse engajamento, como a realização de encontros para compartilhar experiências, obter *feedback*, esclarecer dúvidas e elogiar ações positivas. O relacionamento interpessoal é sempre muito importante para a efetivação de qualquer ação comunicativa.

Além de consumidor da informação, o funcionário também deve ser produtor dessa e participar ativamente do

processo comunicativo, para isso suscita, por meio de endomarketing, que deve assumir o papel de *prosumer*⁵.

Finalmente, um aspecto que não pode deixar de ser abordado é o acompanhamento, contínuo e sistematizado, das ações. A área responsável pela implantação da nova mídia deve monitorar sua aceitação pelo usuário, identificar problemas, propor melhorias e implementá-las; enfim, deve realizar um diagnóstico da ação e trabalhar para que os objetivos propostos sejam alcançados.

Exemplos de utilização das Mídias Sociais para o Relacionamento com o Público Interno

- Facebook

O Facebook está unindo o mundo e tem apresentado resultados crescentes quanto ao número de pessoas conectadas à rede social. No final de 2015, contabilizou 1.55 bilhões de usuários⁶. Para Kirkpatrick (2011), essa rede se tornou uma abrangente experiência cultural partilhada por pessoas em todo o planeta, especialmente jovens.

Apesar de seu início modesto como um projeto de faculdade de um rapaz de 19 anos de idade, tornou-

⁵ *Prosumer* significa o resultado da junção de dois outros termos; *Producer* (produtor) com *Consumer* (consumidor). Os *prosumers* interferem nos novos ambientes comunicativos e assim podem tornar-se potenciais líderes de opinião pública dentro das organizações. Podem também interferir na consolidação ou no prejuízo da imagem corporativa. Para ISLA (2007), com o desenvolvimento da web 2.0 e suas versões posteriores, os usuários ganham a dimensão de prosumidores. Os prosumidores articulam novos ambientes comunicativos por meio de inevitáveis remediações sobre o conjunto de dispositivos que acompanham o desenvolvimento das comunicações digitais móveis.

⁶ Resultado oficial divulgado por Mark Zuckerberg, fundador do Facebook, no dia 4 de novembro de 2015. <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10102457977071041&set=a.529237706231.2034669.4&type=3&theater>>

se uma potência tecnológica com influência sem precedentes sobre toda a vida moderna, tanto pública quanto privada. Sua composição inclui as mais diversas gerações, geografias, idiomas e classes sociais. Talvez seja, na realidade, a empresa de mais rápido crescimento de toda a história.

Ele muda a forma como as pessoas se comunicam e interagem, como os comerciantes vendem seus produtos, como os governos chegam aos cidadãos e até como as empresas operam. Está alterando a natureza do ativismo político e, em alguns países, está começando a afetar o processo da própria democracia. Já não é apenas um brinquedo para estudantes universitários. (KIRKPATRICK, 2011, p. 20-21).

A *Pesquisa Brasileira de Mídia – PBM 2015*, encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e realizada pelo IBOPE com mais de 18 mil entrevistados, mostrou que o Facebook é a rede social mais utilizada pelos brasileiros. A pesquisa apontou que 92% dos internautas acessam redes sociais, sendo as mais utilizadas: Facebook (83%), Whatsapp (58%) e Youtube (17%)⁷.

Tendo em vista essa crescente inserção do Facebook no cotidiano dos brasileiros, as organizações que trabalham com essa poderosa ferramenta podem sair na frente e obter avanços nas práticas comunicativas. A possibilidade de reunir pessoas com interesses comuns, de obter informações sobre os usuários, de gerar mídia espontânea – são fatores que motivam as organizações a criarem seu perfil corporativo (fan page), na rede social; para interagir com seu público alvo.

⁷ Pesquisa Brasileira de Mídia está disponível no endereço <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>

Divulgação de campanhas institucionais, endomarketing⁸, boas práticas dos funcionários, informações de utilidade pública, ações de responsabilidade social, comunicados; são exemplos de assuntos que podem ser compartilhados na rede social com referido com seu público interno.

A Universidade Federal de Minas Gerais utiliza uma *fan page*, no Facebook para interagir diariamente com sua comunidade acadêmica (alunos, professores, servidores, etc). Nas últimas eleições para reitoria, no ano de 2013, o público interno da Universidade teve a oportunidade de acompanhar passo a passo o processo eleitoral por meio da rede social. Além dessa temática, a Instituição traz, em seu perfil, vários *posts* de interesse do seu público interno, possibilitando também o compartilhamento fotos e vídeos; disseminação de informações e, principalmente, uma maior interação.

Em sua *fan page*, a instituição abre espaço para comentários e, quando solicitada alguma informação, oferece um *feedback* ao usuário. Ainda é possível que ele tenha acesso ao que foi publicado em outras mídias como: Flickr, Livestream e Instagram.

Na medida em que há uma fidelização do público interno, na qual se cria um sentimento de pertencimento com a organização, os resultados tendem a ser positivos para a imagem dessa.

Blog corporativo

O blog corporativo nada mais é que um blog de uma organização, no qual estabelece um canal de comunicação com seus *stakeholders*, de acordo com seus objetivos e metas.

⁸ Por meio das ações de comunicação interna, o endomarketing procura fixar positivamente a imagem corporativa junto a seus funcionários, fornecedores, prestadores de serviço, acionistas, revendedores, franqueados etc., gerando um clima propício ao melhor desempenho, qualidade e produtividade. (BARBOSA; RABAÇA, 2001. p. 268).

Cipriani (2006) define, em seu livro “Blogs Corporativos”, as especificidades desse canal quando voltado às audiências internas:

Se pensarmos em um representante da alta direção ou mesmo no responsável pelas comunicações internas escrevendo para todos os funcionários, estamos falando de uma ferramenta que pode trazer um retorno interessante ao reunir as opiniões (praticamente instantâneas) dos funcionários, e ao mesmo tempo abrir caminho para uma gestão mais transparente e clara. Se o assunto é gestão de mudanças, integração entre colaboradores ou a comunicação de notícias internamente, o blog tornará essa tarefa algo simples e eficaz, os funcionários escreverão e passarão a se sentir mais envolvidos com a empresa e, mais ainda, ficarão alinhados com a estratégia da companhia mais facilmente, devido ao canal aberto e espaço para comentários” (CIPRIANI, 2006, p.43-44).

Nesse contexto, dizemos que os benefícios do uso do blog corporativo são múltiplos e as organizações inovadoras já utilizam essa nova forma de comunicação dentro e fora de seu espaço, para se relacionar com seus diversos *stakeholders*.

Para exemplificar essa interação, o blog a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos lançou, em 26 de julho de 2011, um espaço dentro do seu blog corporativo para o relacionamento com seu público interno. O Blog dos Correios criou inicialmente a Seção Acordo Coletivo, que depois passou a ser denominada Negociação Permanente, na qual os empregados podem participar ativamente fazendo comentários sobre os posts e fornecendo opiniões, sejam elas positivas ou negativas.

A Empresa adota o Termo de Uso e Política de Privacidade, no qual explana as condições para a utilização

do blog. O Termo é composto de 24 itens e divide-se em tópicos de acordo com o assunto abordado: Regras gerais para comentários e quaisquer conteúdos gerados pelos usuários; Proteção e privacidade das informações; Reclamações e Solicitações e Disposições Gerais.⁹

O Blog dos Correios tornou-se um importante canal de comunicação da empresa com seus empregados, além disso, fornece à direção da Empresa um feedback rápido da opinião do seu público interno sobre determinado assunto.

Uma grande vantagem dessa ferramenta é que pode ser acessada fora do ambiente do trabalho, o que não é possível com a intranet. Isso permite aos colaboradores, que possuem um tempo limitado para o acesso à internet, participarem do processo comunicacional; ampliando assim as possibilidades de interação e sociabilização.

Outra ferramenta interessante utilizada pelos Correios é a comunidade virtual denominada Coptec - Comunidades de Prática dos Correios. Essa ferramenta tem como objetivo unir grupos de pessoas que compartilham e aprendem uns com os outros, para resolver problemas, trocar experiências, gerar ideias, discutir modelos e padrões, técnicas e metodologias.

A plataforma possui comunidades que contemplam assuntos como Gestão do Clima Organizacional, Inclusão Social e Cidadania, Marketing Direto, Plano de Obras, Segurança e Medicina do Trabalho, Vendas, entre outros. Assim, o empregado tem a oportunidade de participar da comunidade relacionada com suas atividades de trabalho; possibilitando, assim, interagir com outros membros da comunidade por meio de fóruns de discussão, notícias, questionários, dicas e FAQs, reuniões online (chat corporativo) e calendário de eventos.

⁹ O Termo de Uso e Política de Privacidade do Blog dos Correios está disponível no endereço: <http://blog.correios.com.br/correios/?page_id=13>

Rede Social Corporativa

Uma rede social corporativa consegue unir boa parte das funções desempenhadas por outros veículos de comunicação interna, atingindo o público desejado de maneira eficiente. Ela também pode ter algumas funcionalidades específicas como enviar mensagens “em massa” a todos os colaboradores, por meio de um perfil central da empresa, em que o sistema fornecerá a notificação se a mensagem foi lida e também a possibilidade de respondê-la.

As redes sociais corporativas alcançaram o desafio de transformar as antigas Intranets de “depósito de conteúdo” em ‘ambiente de colaboração’. Elas permitem que uma informação seja divulgada para toda a equipe ou para setores específicos, de acordo com o objetivo da diretoria. E vão além, deixando de ser apenas um ponto de armazenamento de dados corporativos, possibilitando o compartilhamento de informações e o feedback dos usuários.

Um dos grandes benefícios das redes sociais corporativas é que elas funcionam na nuvem, sem a necessidade de um servidor instalado na empresa. A ferramenta fica hospedada nos servidores da companhia contratada, basta ter acesso à internet e a solução estará disponível em qualquer lugar, tal qual um site de relacionamentos (AMARANTE, 2014, p. 16).

Outra ferramenta interessante é a criação de grupos ou comunidades, nas quais os usuários podem fazer comentários e interagir com os demais colaboradores. Podem ainda registrar eventos com lista de convidados, publicar mensagens sobre o evento e confirmar a presença dos convidados. Além disso, a rede social corporativa também pode armazenar arquivos e compartilhar conteúdos.

A Petrobras implantou, em setembro de 2013, a rede colaboração interna – Conecte, criada para a utilização no ambiente de trabalho, com a premissa de conectar pessoas com objetivos e interesses comuns a partir dos seguintes pilares: colaboração, compartilhamento de ideias, disseminação de conhecimentos, realização de novas soluções de negócios e promoção de uma mudança cultural. A rede permite criar grupos, comunidades e fóruns para trocar informações; interagir com um especialista sobre determinado assunto; criar blogs e compartilhar arquivos.

Segundo a líder do Projeto Comunicação Interna 2.0 da Petrobras, Consuelo Sánchez¹⁰, a rede Conecte se distingue de uma rede social externa, porque tem um conjunto de ferramentas colaborativas que permitem que as pessoas desenvolvam seus trabalhos; além disso, é de acesso restrito ao ambiente interno da empresa. Ao mesmo tempo se assemelha a rede social externa em seu formato, sua plataforma. Ela tem, por exemplo, a opção de “Curtir” as publicações, igual ao Facebook.

Segundo a Gerência Executiva de Comunicação Institucional da Petrobras, o projeto Conecte foi lançado em 10 de setembro de 2013 e, em março de 2016, já conta com 75 mil usuários ativos e mais de 5 mil comunidades, sendo cerca de 90% voltadas para temas ligados às atividades profissionais dos participantes.

A rede é acessada por meio da Rede Interna Corporativa da Petrobras, portanto, está disponível somente para o público interno. Além de um perfil e uma timeline semelhantes ao que existe nas redes sociais externas, a Conecte conta com um conjunto de funcionalidades, como blogs, wikis, fóruns, arquivos e pesquisas de opinião. O uso dessas funcionalidades facilita atividades diárias de trabalho,

¹⁰ Em palestra proferida no 60º Encontro Aberje Rio, realizado no dia 10 de outubro de 2013. A palestra está disponível no endereço: <http://www.youtube.com/watch?v=fkWWUZvpikQ>.

como o compartilhamento de arquivos, a construção coletiva de textos e projetos em páginas wiki, publicação de registros e notícias em blogs e discussões estruturadas em fóruns. Entre os benefícios gerados pelo uso da rede Conecte estão a redução da necessidade de troca de e-mails e de reuniões presenciais, a edição online e simultânea entre várias pessoas de planilhas e documentos e a construção de um novo modelo de busca da inovação e da disseminação conhecimentos técnicos¹¹.

Antes da rede Conecte a Petrobras já trabalhava com diversos veículos de comunicação interna, todavia surgiu a necessidade de integrar esses canais. Dessa forma, surgiu com essa proposta de unir diversas funcionalidades em apenas uma plataforma instituída no ciberespaço.

Considerações Finais

A nova dinâmica imposta pelas novas tecnologias da informação e da comunicação do século XXI vem afetando, substancialmente, o universo organizacional e a sociedade que presenciam uma verdadeira revolução digital.

A crescente adesão das mídias sociais como instrumento de modernização e transformação da comunicação interna, dentro do contexto organizacional, não objetiva eliminar a utilização dos veículos tradicionais. Cada público tem suas especificidades e, por isso, determinada estratégia comunicacional nem sempre condiz com a realidade de todos. É por isso, que qualquer proposição de mudança deve ser bem analisada e planejada para que não incorra em um prejuízo para a comunicação organizacional como um todo.

¹¹ Tais informações foram solicitadas através do Serviço de Informação ao Cidadão da Petrobras no dia 15 de março de 2016 (Protocolo SIC Petrobras N° 02620/2016) e respondidas pela Gerência Executiva de Comunicação Institucional da Petrobras.

Percebemos como é tênue a barreira que separa as mídias tradicionais das mídias sociais; notamos que esta não veio abolir aquela e sim complementá-la. Além disso, devemos ponderar que, independente do meio (impresso ou eletrônico), a comunicação face a face nunca será substituída. Não importa o veículo a ser utilizado, em determinadas circunstâncias ela é necessária e imperativa.

Outro aspecto a ser considerado, nessa discussão entre limites e oportunidades das mídias sociais, é a promoção do acesso: não adianta implementar a ferramenta e restringir seu uso. As organizações devem estimular seu público interno para que ele compartilhe, divulgue, debata e proponha conteúdos. Cabe, no entanto, à área responsável pela comunicação organizacional planejar estratégias que incorporem em suas ações o espírito colaborativo entre os usuários.

Diante dos argumentos expostos, relativos à utilização das mídias sociais na comunicação interna, conclui-se que seus benefícios são inúmeros e negligenciá-los pode resultar na supressão de oportunidades de melhoria no relacionamento com o público interno. Uma ferramenta de comunicação integrada pode facilitar a manifestação e a interação da inteligência coletiva presente em qualquer organização; atuar na melhoria do clima organizacional; disseminar saberes; perpetuar a missão, visão e valores da organização perante seus colaboradores e afetar positivamente a comunicação organizacional. Portanto, todas essas possibilidades devem ser consideradas pelos gestores da comunicação.

Não há receita pronta de como essa inserção pode ser feita, mas podemos afirmar que qualquer processo de mudança deve estar focado nas pessoas, em suas necessidades e, principalmente, em seus direitos a uma comunicação participativa, inclusiva e transparente.

Referências

AMARANTE, Jésica Maia Vanessa. **O potencial da rede social corporativa socialbase na comunicação interna empresarial**. 2014. Disponível em: <<http://tcconline.utp.br/media/tcc/2015/02/o-potencial-da-rede-social-corporativa-socialbase2.pdf>> Acesso em 14 mar. 2016.

BARBOSA, Gustavo Guimarães; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Trad. Maria Luiz X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CIPRIANI, Fábio. **Blog corporativo: aprenda como melhorar o relacionamento com seus clientes e fortalecer a imagem da sua empresa**. São Paulo: Novatec Editora, 2006.

_____. **Mídias Sociais Digitais nas empresas**. O relacionamento online com o mercado. Deloitte Touche, 2010.

CIRIBELLI, João Paulo; PAIVA Victor Hugo Pereira. **Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado**. Disponível em:<<http://www.fumec.br/revistas/index.php/mediacao/article/view/509/504>>. Acesso em: 02 abr. 2016.

CURVELLO, João José Azevedo. **Comunicação Interna e Cultura Organizacional**, 2 Ed. rev., atual. Brasília: Casa das Musas, 2012.

DIZARD Jr., Wilson. **A Nova Mídia: A Comunicação de Massa na Era da informação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FORMANCHUK, Alejandro. **Comunicación interna 2.0: un desafío cultural**. 1 Ed. – Buenos Aires: Edición Formanchuk & Asociados, 2011.

ISLAS, Octavio. La sociedad de la ubicuidad, los prosumidores y un modelo de comunicación para comprender la complejidad de las comunicaciones digitales. In: **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**. a.4, n.7 (2º sem., 2007). São Paulo: ALAIC, 2007.

KIRKPATRICK, David. **O efeito Facebook: os bastidores da história da empresa que conecta o mundo**. Tradução de Maria Lúcia de Oliveira. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.

KUNSCH, Margarida. **Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades**. 2007. Disponível em: <http://randolph.com.br/uniso/wp-content/uploads/2012/09/comunicacao_organizacional_digital.pdf> Acesso em 13 mar. 2016.

_____. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4 Ed. revisada, atualizada e ampliada, São Paulo: Summus, 2003.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura Organizacional e Comunicação nas Organizações Contemporâneas: Temas Imbricados ou Desarticulados?** Disponível em: <<http://www.uel.br/grupo-estudo/gefacescom/>>. Acesso em: 9 mar. 2016.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2014

RAMALHO, José Antônio. **Mídias Sociais na prática.** 1. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas.** São Paulo: Summus, 1986.

SANTOS, Gilmara. Mídias impressa e digital se complementam. Valor Setorial - Comunicação Corporativa. São Paulo, **Valor Econômico**, n. 27, p. 86-87, nov., 2013.

TERRA, Carolina Frazon. **Grandes corporações nas redes sociais on-line: um estudo sobre presença das organizações nas mídias sociais.** Disponível em: <http://www.abrapcorp.org.br/anais2010/GT3/GT3_Terra.pdf> Acesso em: 13 abr. 2016.

_____. **O que as organizações precisam fazer para serem bem vistas nas mídias sociais sob a ótica da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas.** Disponível em: <http://www.abrapcorp.org.br/anais2011/trabalhos/trabalho_carolina.pdf> Acesso em: 02 abr. 2016.

A internet e as redes sociais como ferramentas na política: uma revisão de literatura

Wellida Araújo Resende da Rocha¹
Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior²

Introdução

Desde os primórdios da humanidade os indivíduos buscam se comunicar e com isso influenciar uns aos outros, para que seus pensamentos sejam seguidos. A política pode ser considerada uma ferramenta para esse fim. Já que busca, entre outras coisas, organizar a sociedade e garantir direitos aos cidadãos e também a determinados grupos. Vale dizer que um dos significados da política é: “Habilidade no trato das relações humanas” (FERREIRA, 2000, p.543). Ou seja, a política é uma ferramenta para melhorar a situação vivenciada em determinada comunidade. Atualmente, observa-se que internet tem sido um canal amplamente utilizado para disseminar conteúdos políticos. Nesse sentido

¹ Graduada em Comunicação Social/Jornalismo. Pós-graduando em Ensino de Comunicação/Jornalismo: Temas Contemporâneos pelo Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE) da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: wellidaresende@gmail.com.

² Pós-doutorando em Jornalismo e Sociedade (FAC-UnB). Bolsista de Produtividade em Pesquisa UFT. Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), mestre em Educação pela Faculdade de Educação (UnB) e graduado em Comunicação Social/Jornalismo (ULBRA) e Pedagogia (UnB). Coordena o Núcleo de Pesquisa e Extensão e Grupo Lattes Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE-UFT).

faz-se necessário detalhar o impacto da internet na sociedade contemporânea.

A criação da internet, em 1969, possibilitou o surgimento de uma nova ferramenta de comunicação. Segundo Castells (2008), nos últimos tempos a internet tem se desenvolvido rapidamente e isso só foi possível a partir da colaboração de vários setores da sociedade. “A criação e o desenvolvimento da internet nas três últimas décadas do século XX foram consequência de uma fusão singular da estratégia militar, grande cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contra cultural”. (CASTELLS, 2008, p. 82).

Castells (2008) também comenta a respeito de como a internet tem se aperfeiçoado nos últimos tempos. Além disso, aborda sobre como essa utilização da internet em todo o mundo e que tem conectado as pessoas, por meio do computador. “Logo surgiram novos navegadores, ou mecanismos de pesquisa, e o mundo inteiro abraçou a Internet, criando uma verdadeira teia mundial” (CASTELLS, 2008, p. 89): Essa “teia”, da qual o autor comenta, tem aproximado as pessoas nas mais variadas partes do mundo, como será demonstrado mais adiante. Portanto, a pesquisa a seguir busca entender a internet e a utilização das redes sociais no debate político. A problematização dessa pesquisa gira em torno da seguinte pergunta: as redes sociais, de fato, tem papel relevante na formação do debate político na internet? Para responder recorre a literatura especializada a fim de depreender essa problemática

Sendo assim, na tentativa de compreender as redes sociais e sua utilização no meio político e como pautam os meios de comunicação tradicionais e também como os jornalistas tiveram que se adaptar a forma de noticiar devido ao surgimento do jornalismo cidadão. Para tanto foi realizada uma revisão bibliográfica a fim de elucidar o tema.

Internet e suas possibilidades

Segundo Castells a internet está em constante modificação e isso altera a cultura e a forma como o mundo é observado (2008, p. 414): “O surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre nossa cultura”.

O autor cita que um dos diferenciais da internet, em relação aos outros meios de comunicação de massa, é que na web os usuários também são produtores de conteúdo e, portanto, colaboram ao divulgar assuntos que consideram pertinentes (2008, p. 439): “Contudo, não deixa de ser importante quem teve acesso primeiro, e a quê, porque, ao contrário da televisão, os consumidores da internet também são produtores, pois fornecem conteúdo e dão forma à teia”.

Em semelhança a isso, Ferrari (2010) acredita que um dos principais benefícios e uma das grandes características da internet é a velocidade para se levar uma informação, quando comparada aos demais meios de comunicação (2010, p. 103): “Uma das vantagens da internet sobre os outros meios (TV, rádio, jornal, revista etc.) é a velocidade com que é possível publicar uma notícia, muitas vezes superando timing ao vivo da televisão, que depende muito de uma captação de imagem”.

O portal de notícias G1 traz dados sobre a quantidade de pessoas que acessam a internet no mundo. “O número de internautas no mundo já é de 3,2 bilhões no mundo, segundo dados divulgados nesta terça-feira (26/05/15) pela União Internacional das Telecomunicações, órgão vinculado à Organização das Nações Unidas” (PORTAL G1, 2015, texto eletrônico).

Fato é que a internet, por meio das redes sociais, possibilitou que pessoas em diferentes regiões do planeta pudessem trocar informações de forma virtual e a partir

disso aprender mais sobre a cultura de cada localidade. Nesse campo de estudo, sobre as redes sociais, Castells explica o que motiva das pessoas a formarem grupos online (2008, p. 444): “Os usuários da internet ingressam em redes ou grupos online com base em interesses em comum, e valores, e já que têm interesses multidimensionais também os terão suas afiliações online”.

A internet trouxe novas possibilidades e uma delas foi o fato das pessoas compartilharem interesses e ideias em comum. Além disso, essa ferramenta também possibilitou que os indivíduos pudessem se organizar virtualmente através das redes sociais para defenderem ideias, crenças, posições políticas, entre outros. Souza (2011, p. 12) explica que as redes sociais quebraram fronteiras: “Esse mundo de pessoas com ideias e objetivos em comum criou as redes sociais digitais: espaços para organizar e compartilhar o que se aprende nesse mundão, agora literalmente sem porteiras”. Nesse sentido, torna-se necessário explorar o universo trazido pelas redes sociais.

O Facebook, criado em 2004, atualmente é a rede social mais acessada no mundo. “O Facebook afirma que fechou 2015 com 1,59 bilhão de usuários, dos quais cerca de 65% acessam a rede social todos os dias” (PORTAL G1, 2016, texto eletrônico). Nessa perspectiva, Fratin comenta sobre o que tem atraído as pessoas a utilizarem essa rede social. Segundo o autor, o layout é algo que chama a atenção (2011, p. 37 e 38):

Por que dá certo no Facebook? É simples: além de todo o contexto dessa mídia social ser positivo, o projeto gráfico foi feito para ele e deve ter tido seus benchmarks usados como tais. Se é para estar em todos os sites no formato de login ou nos botões like/recommend é interessante que o design tenha um formato neutro o suficiente para não gritar desesperado com quem lê. Azul e branco são cores que você encontra na maior parte dos grandes

portais de conteúdo, sites de notícias, blogs em todo lugar. Mais um botãozinho aqui ou acolá nesse formato vai até parecer comum ali no meio.

Barreto também destaca o poder de mobilização e organização da sociedade a partir das redes sociais (2011, p. 162): “As novas mídias sociais como Facebook e Twitter mudaram o uso da expressão “mobilização social”. Nos últimos tempos ela tem estado na boca ou nos caracteres digitados por pessoas que, sem essas redes, talvez não a colocasse com frequência em seus vocabulários”.

Vale ressaltar que de acordo com Recuero (2011) as redes sociais não são tão novas quanto se pensa. Para a autora, a própria internet com os chats e mensagens prenunciou e ampliou a adesão as redes sociais como se conhece na atualidade (2011, p. 14 e 15). “Os próprios mecanismos de chat, por exemplo, que são quase tão antigos quanto a própria internet, já continham em si o embrião dessa participação, assim como os emails e os fóruns e, posteriormente, os blogs e fotologs.”

De acordo com Lima (2011, p 24), a partir das mídias digitais a área da comunicação foi impactada com as possibilidades trazidas por essas ferramentas de comunicação que tornaram possível, entre outras coisas, o aumento do surgimento de notícias e conseqüentemente mais informação: “As tecnologias digitais conectadas ampliaram o espectro de possibilidades no campo da comunicação social. Passamos, em um curto espaço de tempo, da era da escassez da informação (que durou anos) para a era do Big Data”.

No Brasil, o sistema político é a democracia, que garante aos indivíduos liberdade de expressão e opinião (HENRIQUES; MATOS, 2008). Nesse sentido, Giardelli comenta sobre a participação dos brasileiros nas redes sociais (2011, p. 58 e 59): “Outros especialistas entrevistados confirmam esses status e dão outros insights a democracia, a

queda da barreira entre celebridade e público e a sede por tendências de fora do país, justificando a transformação do Brasil num ambiente extremamente participativo nas redes sociais”.

É importante lembrar que a partir do surgimento das redes sociais os veículos de comunicação, ou seja, a mídia tradicional, também reformulou a forma de tratar os critérios do que é considerado valor-notícia. Segundo Moherdau (2015), o editor é aquele que define o tipo de conteúdo que vai ser divulgado na mídia, nesse sentido, a informação é um produto e com a força que as redes sociais tem tido o que é publicado na rede tem pautado inúmeros conteúdos que vão para a televisão.

Moherdau (2015) lembra, por exemplo, a história do vestido dourado ou azul, que foi amplamente comentado nas redes sociais ao ponto de ser veiculado, por exemplo, no Jornal Nacional. Ou seja, os editores vão, a partir das redes sociais, ampliar as discussões e os debates, porque isso gera audiência. De acordo com Moherdau (2015, p. 11): “O jornalista não controla mais as informações que circulam em redes como Twitter ou Facebook, apesar de ter se apropriado delas versões de papel, web e aplicativos”.

Nesse sentido, vale salientar que, com a popularização e ampliação das redes sociais os jornalistas, tidos até pouco tempo como os únicos detentores da informação, agora com as mídias digitais passaram a dividir espaço com os cidadãos. Isso porque por meio do celular ou computador qualquer pessoa pode divulgar informações daquilo que acha relevante.

Segundo Martinez (2010) os indivíduos que agem dessa forma praticam o chamado jornalismo cidadão e isso, segundo o autor, tornou os receptores mais exigentes. Ou seja, agora esses indivíduos também podem opinar e comentar a matéria jornalística. Nessa mesma perspectiva, Nickel (2011) menciona o fato de os cidadãos agora terem

meios para dizer e ampliar o que pensam a partir das mídias sociais (2011, p. 114 e 115):

As ferramentas de redes sociais impactam o papel do jornalismo e seus processos produtivos de forma profunda e sob mais de uma dimensão. Ler, ouvir e assistir passam a ser apenas uma fração do comportamento da audiência, que agora também tem meios para escrever, falar e distribuir o próprio conteúdo.

O Twitter também é uma rede social que se popularizou, em todo o mundo, inclusive, no Brasil. Essa rede social busca que o usuário diga o que está acontecendo, em uma mensagem curta, com no máximo 140 caracteres. Mas, é importante dizer que, segundo o site El País, houve uma queda no número de usuários do Twitter no mundo. “No último trimestre de 2015, o número de usuários ativos nessa rede social caiu de 307 para 305 milhões. Os analistas esperavam um aumento de até três milhões de usuários, chegando a 310 milhões” (SITE EL PAÍS, 2016, texto eletrônico).

Nessa perspectiva é válido mencionar que os portais de notícias, que também tem utilizado o Twitter para disseminar seus conteúdos, precisam ficar atentos ao tipo de conteúdo que vai ser publicado nessas redes sociais, já que uma vez publicado no Twitter a notícia pode ser compartilhada com inúmeros usuários que também vão reproduzir esse conteúdo (ZAGO, 2011).

Um caso que merece ser exemplificado foi o de alguns portais de notícias nacionais que publicaram, no dia 24 de setembro de 2010, a morte do Senador Romeu Tuma, do estado de São Paulo, que estava internado em um hospital, em São Paulo e minutos depois a informação foi retirada do ar, pois era falsa (ZAGO, 2011).

Portanto, a imprensa também tem utilizado essa ferramenta para circular conteúdos jornalísticos neste

microblog (ZAGO, 2011). Segundo Zago (2011, p. 165): “O Twitter torna simples a tarefa de acompanhar o que acontece no mundo a partir do que dizem nos perfis que seguimos nessa ferramenta”.

As novas ferramentas de comunicação na internet têm alterado inúmeras características do jornalismo tradicional, como foi demonstrado acima.

Jornalismo nas redes sociais

As redes sociais e a internet afetam o trabalho do jornalista. Segundo Primo (2011, p. 132), o fazer jornalismo na atualidade precisa levar em consideração que, a partir de agora, mais pessoas podem informar aquilo que achar relevante: “As práticas jornalísticas de hoje envolvem um número maior de produtores e distribuidores de notícias, sendo que uma importante parcela destes não faz parte de organizações jornalísticas”.

Primo (2011), também comenta sobre os relatos publicados nas redes sociais quando, em janeiro de 2011, foram feitas várias manifestações, no Egito, contra a ditadura. Vale dizer, que os cidadãos informaram, em tempo real, os acontecimentos descrevendo nas mídias sociais a respeito dos manifestos naquele país. Primo (2011) acredita que se a população não tivesse publicado os acontecimentos, provavelmente não teria havido tanta repercussão internacional.

Nessa mesma linha, Primo (2011) destaca ainda que, a quantidade de informações divulgadas na mídia tradicional, passa agora por um filtro do usuário, que vai avaliar se o conteúdo publicado o interessa (2011, p. 134): “Diferentemente da seleção profissional de quais acontecimentos cobrir e publicar na mídia de referência, em um cenário de abundância de informações e canais de expressão as pessoas passam a participar da filtragem do que interessa a suas comunidades de interesse”.

O poder público é um dos alvos da cobertura jornalística, isso porque os veículos de comunicação são considerados alguns dos fiscalizadores desse poder, que interfere diretamente na vida dos cidadãos. Portanto, a política é diariamente um dos alvos da mídia. Segundo Gomes (2005), um dos pensamentos mais tradicionais sobre a imprensa consiste no fato de que, desde o seu surgimento, esse meio é tido como o vigia do estado, buscando com isso garantir a democracia aos cidadãos. Para o autor esse é um modelo que já foi superado, já que internet possibilitou que os cidadãos pudessem participar ativamente dos debates políticos graças as ferramentas e plataformas online trazidas pela internet. Segundo o Gomes (2005, p. 215):

Uma variante mais recente do argumento liberal vem se constituindo ao redor de três expressões-chave: internet – esfera pública – democracia. Cunha-se o verbete “democracia digital” e formas semelhantes (democracia eletrônica, e-democracy, democracia virtual, ciberdemocracia, dentre outras), ao redor dos quais se vem formando, nos últimos 10, 15 anos, uma volumosa bibliografia interessada basicamente nas novas práticas e renovadas possibilidades, para a política democrática, que emergem da nova infraestrutura tecnológica eletrônica proporcionada por computadores em rede e por um sem-número de dispositivos de comunicação e de organização, armazenamento e oferta de dados e informações on-line.

Nessa perspectiva, Gomes (2005) também comenta sobre a democracia digital, que busca, entre outras coisas, a participação dos cidadãos nas discussões políticas utilizando para isso os meios digitais, como a internet. Para o autor (2005, p. 221): “Não resta dúvida quanto ao fato de a internet proporcionar instrumentos e alternativas de participação política civil. Por outro lado, apenas o acesso à internet não

é capaz de assegurar o incremento da atividade política, menos ainda da atividade política argumentativa”.

Semelhante a isso, Andrade e Jucá (2014) discutem a respeito da democracia participativa, que busca levar os cidadãos a participarem e discutirem sobre política. Posteriormente, as autoras defendem que o termo mais correto para garantir a democracia e a discussão das políticas públicas por parte dos cidadãos seria democracia deliberativa. Essa nova denominação, segundo Andrade e Jucá (2014), seria o termo que melhor representaria uma busca por participação popular por meio do diálogo argumentativo e crítico. Para as autoras (2014, p. 158): “A democracia deliberativa mostra-se um modelo aperfeiçoado da democracia participativa, à medida que demanda uma participação crítica, racional e dialógica, entre pessoas livres e em igualdade de condições”.

Nesse momento, é importante comentar sobre o que significa as manifestações políticas ocorridas atualmente, no Brasil. Segundo Andrade e Jucá (2014), as manifestações ocorridas de junho a setembro de 2013 tiveram como estopim um descontentamento massivo dos cidadãos com a política executada, no Brasil. Para as autoras o que chama a atenção nessas manifestações é fato de não haver claramente uma liderança comandando a manifestação. Outro fato importante foi a utilização das redes sociais para organizar cada um dos movimentos realizados naquele ano.

Sob esta ótica, Andrade e Jucá (2014) defendem que a democracia deliberativa é que melhor dita e organiza a sociedade na busca por participação efetiva na política brasileira (2014, p. 160): “Por essas razões, entende-se, pois, que a democracia deliberativa apresenta-se como modelo ideal para reger a complexidade da sociedade moderna e superar os entraves da democracia participativa, notadamente no que se refere aos problemas vinculados à crise da participação política no Brasil”.

Internet e sua utilização na política: cases

Os políticos também tem percebido a importância de estar conectados em sites, redes sociais, etc. Um exemplo disso é o site Gabinete Digital desenvolvido pelo governo do Rio Grande do Sul, em 2011, e que busca esclarecer dúvidas e garantir direitos aos cidadãos daquele estado (RESENDE; MATA, 2011).

Outro exemplo é a utilização da internet pelas prefeituras municipais, para divulgar informações sobre relatórios de gestão e de prestação de contas dos municípios (PORTO e GOMES, 2015). Para Porto e Gomes (2015), a internet é uma ferramenta importante para garantir clareza nas ações dos gestores do executivo municipal, já que uma vez publicada na internet, as informações podem ser acessadas pelos munícipes de qualquer localidade, garantindo assim, mais transparência nessas ações. Os autores destacam que (2015, p. 8):

O fenômeno da internet traz à sociedade uma possibilidade de sua utilização como importante instrumento tecnológico para a revitalização das relações de reaproximação, controle e maior participação da sociedade civil na condução da gestão pública. Por outro lado, a internet expõe à gestão pública e aos entes federados novos e grandiosos desafios, à luz da velocidade da comunicação pela rede, principalmente pautados sobre os novos modelos de responsabilidade fiscal desenvolvidos nos países mais desenvolvidos tecnológica e cognitivamente, em termos de capital social.

Um caso que merece ser comentado foi a utilização do Twitter na época das manifestações e protestos contra a corrupção, em junho de 2013. Quando, após o pronunciamento da presidente Dilma Rousseff, em cadeia

nacional, vários usuários utilizaram a hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma (RECUERO, 2014). Ou seja, observa-se, que os cidadãos quando estão nas redes sociais também se manifestam e se mobilizam o prol daquilo que acreditam.

Recuero (2014) comenta sobre o tipo de diagnóstico feito a partir da Análise de Redes Sociais a partir dessas duas hashtags (2014, p. 75): “Há uma movimentação mais forte junto à hashtag de apoio, mas uma crítica mais orgânica e com maior número de participantes na hashtag contrária. O uso da ARS nestes casos, portanto, auxiliou a medir e a observar os dados dos padrões de interação da rede”.

A pesquisa de Resende e Costa (2012), sobre o Movimento Brasil Contra a Corrupção (MBCC), também menciona a força das mídias sociais para mobilizarem a sociedade brasileira quando se trata de política. Resende e Costa afirmam que (2012, p. 8): “Quando os indivíduos, insatisfeitos com alguma área da sociedade, se reúnem em grupos com os mesmos interesses e trazem a manifestação online para a vida real, as autoridades podem ser pressionadas a ouvir/olhar com cuidado para as reivindicações dos manifestantes”.

Portanto, de fato, percebe-se que a internet tem sido amplamente utilizada para disseminar conteúdos políticos através das redes sociais.

Considerações Finais

A partir dessa pesquisa buscou-se compreender que a internet tem sido um canal importante para a divulgação de assuntos relacionados a política nas redes sociais. É necessário lembrar que o Brasil vivencia, na atualidade, um momento delicado na política. Já que a presidente Dilma Rousseff (PT), primeira mulher a presidir o Palácio do Planalto, sofreu o segundo impeachment no País - o primeiro foi do presidente Fernando Collor de Melo, em

1992. Nessa perspectiva, verificou-se que as redes sociais tem papel importante no cenário político, já que, as pessoas se organizam virtualmente, principalmente, pelo Facebook para reivindicar o fim da corrupção entre outras demandas.

A pesquisa também avalia o papel do jornalista e a participação dos usuários nas redes sociais que agora também sugerem e produzem conteúdos, que caso não sejam publicados pelos portais de notícias, ganham espaço nas mídias sociais. Contudo, ainda é necessário ampliar os debates no campo das pesquisas sobre redes sociais e sua influência na política. Já que com o desenvolver da sociedade e da tecnologia esses dois tendem a tomar destinos similares já que ambos têm a participação ativa da população em seus contextos. Portanto, esta pesquisa buscou demonstrar que as redes sociais podem ser ferramentas eficientes para que os cidadãos se organizem e pressionem o governo a apresentarem soluções para as demandas coletivas. Espera-se que esse trabalho abra campo para novos debates nessa área que ainda deve gerar relevantes mudanças culturais e político-sociais na sociedade contemporânea.

Referencias

ANDRADE, Denise Almeida de. JUCÁ, Roberta Laena Costa. **Participação política no Brasil: uma Reflexão sobre as manifestações populares de junho a setembro de 2013 a partir da Proposta da democracia deliberativa.** Revista do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFC, v. 2, n. 34, jul./dez. 2014.

BARRETO, Fernando. Mobilização Social. IN: BRAMBILLA, Ana (Org). **Para Entender as Mídias Sociais.** 2011. E-book disponível em <<http://mediaboom.com.br/2011/04/26/e->

bookcolaborativo-para-entender-as-midias-sociais/2011> Acesso em 25 abr. 2016.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 698 p.

EL PAIS. **Twitter perde usuários em 2015**. Divulgada em 11/02/2016 às 10:57. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2016/02/10/tecnologia/1455141165_468656.html> acesso em 26 abr. 2016.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio: O mini dicionário da língua portuguesa Século XXI**. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira S.A, 2000. 543 p.

FRATIN, Rogério. Design. IN: BRAMBILLA, Ana (Org). **Para Entender as Mídias Sociais**. 2011. E-book disponível em <<http://midiaboom.com.br/2011/04/26/e-bookcolaborativo-para-entender-as-midias-sociais/2011>> Acesso em 25 abr. 2016.

G1 Notícias. **Facebook anuncia crescimento dos lucros e do número de usuários**. Divulgada em 28/01/2016 09h56. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/01/facebook-ok-anuncia-crescimento-dos-lucros-e-do-numero-de-usuarios-20160127211006500148.html> acesso em 25 de abril de 2016.

_____.Mundo tem 3,2 bilhões de pessoas conectadas à internet, diz UIT. Portal G1, divulgada em 26/05/2015 às 11h52. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/05/mun>

[do-tem-32-bilhoes-de-pessoas-conectadas-internet-diz-uit.html](#)> acesso em 24 abr. 2016.

GOMES, Wilson. **A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política.** revista Fronteiras - estudos midiáticos setembro/dezembro 2005.

GOMES, Wilson; PORTO, Gilson. **Internet, prestação de contas e transparência na gestão pública municipal.** Universidade Federal da Bahia. ARTICLE in ESPACIOS · JANUARY 2015. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/274309324>> Acesso em 26 abr. 2016.

GIARDELLI, Gil. Mercado de Agências. IN: BRAMBILLA, Ana (Org). **Para Entender as Mídias Sociais.** 2011. E-book disponível em <<http://midiaboom.com.br/2011/04/26/e-bookcolaborativo-para-entender-as-midias-sociais/2011>> Acesso em 25 abr. 2016.

LIMA, Walter. Mídias Sociais Conectadas e Social Machines. IN: BRAMBILLA, Ana (Org). **Para Entender as Mídias Sociais.** 2011. E-book disponível em <<http://midiaboom.com.br/2011/04/26/e-bookcolaborativo-para-entender-as-midias-sociais/2011>> Acesso em 25 abr. 2016.

MARTINEZ, Adriana Garcia. A construção da notícia em tempo real. IN: FERRARI, Pollyana (Org). **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital.** São Paulo: Contexto, 2010. 191 p.

NICKEL, Barbara. Tempo-Real no Jornalismo. IN: BRAMBILLA, Ana (Org). **Para Entender as Mídias Sociais**. 2011. E-book disponível em <<http://midiaboom.com.br/2011/04/26/e-bookcolaborativo-para-entender-as-midias-sociais/2011>> Acesso em 25 abr. 2016.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. **Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, v.2, n.25, p. 130-146, dez. 2011. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/24309/14486>> Acesso em 26 abr. 2016.

RECUERO, RAQUEL. Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma. In **Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos**, n. 16, v. 2, p. 60-77, maio/ago., 2014. Disponível em: <<http://www.revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2014.162.01/4191>> Acesso em 26 abr.2016.

_____.A Nova Revolução: As Redes Sociais são as Mensagens. IN: BRAMBILLA, Ana (Org). **Para Entender as Mídias Sociais**. 2011. E-book disponível em <<http://designices.com/wp-content/uploads/2011/04/paraentenderasmidiassociais.pdf>> Acesso em 25 abr.2016.

RESENDE, Ciro Antônio da Silva. MATA, Janaina Ferreira da. **Gabinete digital: uma experiência de**

democracia na rede. Universidade Federal de Minas Gerais. Disponível em: <http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/observatorio/usu_doc/gabinete_digital_uma_experienca_de_democracia_na_rede.pdf> acesso 25 abr. 2016

RESENDE Wéllida Araújo. COSTA Mariella Silva de Oliveira. **A utilização da internet para mobilizar a sociedade brasileira em causas políticas: o caso do Movimento Brasil Contra a Corrupção.** Apresentação no Congresso Nacional de Iniciação Científica (CONIC), São Paulo, 2012.

SOUZA, Edney. Para quebrar a cabeça com as mídias sociais. IN: BRAMBILLA, Ana (Org). **Para Entender as Mídias Sociais.** 2011. E-book disponível em <<http://midiaboom.com.br/2011/04/26/e-bookcolaborativo-para-entender-as-midias-sociais/2011>> Acesso em 25 abr. 2016.

WEBER, Maria Helena. **Visibilidade e Credibilidade: tensões da comunicação política** in MAIA, R. e CASTRO, M. C. S (org.) *Mídia, esfera pública e identidades coletivas.* Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

ZAGO, Gabriela da Silva. Recirculação jornalística no twitter: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação. **Catálogo na publicação biblioteca da faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.** 2011, Disponível em:

<<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/28921>>

Acesso em 26 de abril de 2016.

Videorreportagem e Profissão Repórter: o abelha nos bastidores da notícia

Fernanda Alves Veloso Neves¹

INTRODUÇÃO

Com a democratização da tecnologia e o avanço no compartilhamento de vídeos e imagens, hoje, qualquer um com uma câmera fotográfica pode ser repórter ou cineasta, desde que conheça minimamente os procedimentos técnicos para tal atividade.

Com uma câmera na mão, ou mesmo um celular, aqueles que antes eram condicionados a serem apenas espectadores de conteúdo, por meio da televisão, se veem detentores do poder de criar seus próprios materiais e poder disseminá-los a milhares de pessoas por meio do ciberespaço. Mas, como os veículos de comunicação se utilizam dessa nova forma de produção de conteúdo?

As novas plataformas multimídia, juntamente com as redes sociais, se tornaram um prato cheio para amadores e profissionais. Veículos de comunicação e até mesmo jornalistas independentes começaram a utilizar os novos meios para alcançar novos públicos e inovar na maneira de abordar conteúdos, podendo utilizar novos formatos para levar informação e conteúdo as pessoas.

¹Graduada em Comunicação Social/Jornalismo. Pós-graduando em Ensino de Comunicação/Jornalismo: Temas Contemporâneos pelo Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE) da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: nandaveloso@gmail.com.

Nessa perspectiva cresce no universo online a quantidade de videorrepórteres ou “repórteres abelha”, como ficaram conhecidos, no Brasil, durante a década de 1980, aqueles que fazem todos os processos de produção da videoreportagem, produzindo, filmando e editando todo material.

Averiguar a utilização do formato de videoreportagem no programa *Profissão Repórter* é o objetivo desse artigo. Vale-se ressaltar que essa pesquisa não tem pretensão de abordar outras temáticas pertinentes do telejornalismo, nem fazer uma análise semiótica da linguagem em questão, bem como chegar a ilações acerca do tema. Esse é um estudo essencialmente exploratório e descritivo, fundamentado em análise do conteúdo de um programa exibido pela Globo.

Gêneros e Formatos Televisivos

Segundo Duarte (2006), hoje, a comunicação televisiva ocorre intra e inter sociedades e culturas, tornando-se então um meio midiático no qual existe uma entrega da humanidade a si mesma como espetáculo:

[...]os dispositivos institucionais e tecnológicos próprios da televisão são capazes de apresentar, a um número cada vez maior de telespectadores, os múltiplos aspectos da vida social, sendo responsáveis pelo surgimento de novas sensibilidades, éticas e estéticas. (DUARTE, 2006, p. 19)

Nessa perspectiva, Duarte (2006, p. 1) classifica os gêneros televisivos como “categorias discursivas e culturais que se manifestam sob a forma de subgêneros e formatos”. O que ocorre é que muitas vezes os gêneros televisivos são visto apenas como regras de fabricação o que tem impedido que os telespectadores possam compreender a sua

verdadeira função e sua pertinência metodológica: “a de operar como chave de análise dos textos televisivos” (2006, p. 20).

Muitas vezes, é comum que ocorram confusões ao se distinguir gêneros de formatos televisivos, pelo fato de serem complementares na formação da estrutura da grade televisiva. O que se busca é elucidar tais diferenças, além de apresentar os diferentes gêneros e formatos televisivos.

Marques de Melo (1985) classifica os gêneros dentro do jornalismo em quatro, sendo eles: jornalismo diversional, jornalismo interpretativo, jornalismo opinativo e jornalismo investigativo. No entanto, a pesquisa aqui apresentada busca abordar não precisamente os gêneros jornalísticos e sim os gêneros presentes na televisão.

Para a pesquisadora Itania Maria Gomes (2002) os gêneros na televisão funcionam como uma forma de manual de uso, uma vez que socialmente, classificam um produto dos media. Ainda segundo a autora, os programas sozinhos incubem um gênero particular, como programa jornalístico ou melodrama, sendo reconhecido assim socialmente.

Como a finalidade da TV enquanto meio de comunicação é gerar audiência, muitos estudiosos veem o gênero como uma forma de se situar essa audiência. Gomes (2002) afirma que o gênero necessita de uma combinação de pelo menos três formas de classificação sendo “pela forma, pelo assunto e pelo tipo de público visado”.

Fechine (2001, p14) ao discorrer sobre gêneros televisivos os classifica como “unidades da programação definidas por particularidades organizativas”, é como se pegássemos a grade de uma TV e observássemos o que está sendo veiculado assimilado às expectativas “do e sobre o público”.

A fim de melhor compreender e elucidar as questões de gênero e formato Souza (2004) realizou uma análise da programação das redes de TV brasileiras. Para Souza (2004) os gêneros na verdade fazem parte de 5 categorias:

entretenimento, informação, educação, publicidade e outros. Dentro dessas categorias, durante sua análise, o autor conseguiu identificar 37 gêneros diferentes, na programação das 7 emissoras brasileiras. O autor afirma ainda que a divisão em categorias se faz necessária para que se possam identificar os produtos televisivos.

Duarte (2003), por sua vez, ressalta que nos cinquenta anos de história da TV, alguns gêneros foram se consolidando e ganhando preferencia popular, dentre eles pode-se citar: “telejornais, magazines, talk-shows, telenovelas, minisséries, humorísticos e até mesmo os tão criticados *reality-shows*”.

Fazendo utilização dessa segmentação por categorias, as quais foram pré-definidas por Souza (2004), mais a frente será feito um recorte especificamente sobre a categoria de informação, antes no entanto é necessário que falemos sobre os formatos.

Estritamente ligado ao gênero está o formato. Para José Carlos Aronchi Souza (2006, p. 7) o formato seria o conjunto de “características que ajudam a definir o gênero”. Ainda segundo Souza (2004) o formato seria o elemento formador dos gêneros que, por sua vez, forma as categorias.

Ao classificar os gêneros da categoria informação, Souza (2004) identifica quatro com seus respectivos formatos sendo: debate, documentário, entrevista e telejornal.

Um formato experimental vem ganhando espaço dentro do gênero telejornal, formato esse pouco estudado pela academia, mas que desde 1970 no exterior e no Brasil desde o final da década de 1980 vem ganhando adeptos e se consolidando na grade de algumas emissoras. Esse formato de produção foi denominado videorreportagem .

A Vídeoreportagem

A vídeoreportagem remete a uma forma diferenciada de reportagem televisiva, na qual a câmera é extensão do corpo do repórter. Barbeiro e Lima (2002) definem o vídeorepórter como aquele que grava, entrevista, conta a história, edita e pode apresentar a reportagem que fez.

Segundo a pesquisadora Patrícia Thomaz (2006), esse modelo de produção solitária nasceu nos Estados Unidos e no Canadá a partir da década de 1970. O precursor dessa modalidade foi o americano Jon Alpert, que conquistou inúmeros prêmios, inclusive o *National Emmy Award*, da academia de Televisão dos Estados Unidos. Na mesma época, no Canadá, Moses Znaimer, dono da emissora *CityTV*, fazia a introdução dessa nova forma de produzir reportagens também nos telejornais, como afirma a própria Thomaz (2007).

Paulo Castilho (2004) aponta o cinema como fonte de inspiração, para os vídeoreporters, fazendo referência ao filme de ficção científica *Max Headrom*, que foi dirigido por Rock Morton e Annabel Jankel, no ano de 1987. Nesse filme, o repórter Edson Carter era quem operava a própria câmera.

Existe um consenso entre os autores sobre o surgimento da vídeoreportagem, na televisão brasileira, na qual o gênero teria chegado, em 1987, com o programa *TV Mix*, produzido pela Gazeta de São Paulo e que tinha como diretor o cineasta Fernando Meirelles. Karine de Araújo Silva (2010) diz que o *TV Mix* era visto como um programa de formato inovador para a época. Não era apresentado dentro de estúdio, mas na rua, várias vezes da calçada, em frente ao prédio da Fundação Casper Líbero, na Avenida Paulista, onde funcionava o prédio da TV Gazeta. O conteúdo apresentado no *TV Mix* era bem variado: culinária, cinema, artes, teatro e até mesmo sexo.

O “repórter abelha”, como ficou conhecido na época o vídeorepórter, se opunha ao academicismo da produção jornalística e ainda poupava gastos, já que uma equipe padrão era composta por repórter, produtor, cinegrafista, iluminador, operador de áudio e motorista; podendo então ser substituída por apenas um profissional.

Os primeiros colaboradores do *TV Mix* foram chamados de *videomakers*. A equipe formada por Fernando Meirelles era, em sua maioria, composta por estudantes de arquitetura, que estavam ligados ao movimento da década de 1980 que ficou conhecido como *videoativismo*, como ressalta Karina de Araújo Silva (2008).

Mas, como o *TV Mix* era um programa com intuito jornalístico, logo os *videomakers* foram substituídos por jornalistas que passaram a ser chamados de vídeorepórteres. O programa ficou no ar até 1990.

O vídeorepórter tinha autonomia da subjetividade na criação de obras com a sua marca. Seu principal objetivo era desconstruir o padrão da reportagem tradicional com um modo diferenciado de captar o real. Patrícia Thomaz (2006) conceitua, ao dizer que:

O vídeoreporter pode intervir de diferentes formas na narrativa. Ele pode manter uma certa “neutralidade” ou vivenciar as realidades de seus personagens, imprimindo claramente suas percepções e juízos, como faziam os repórteres do Novo Jornalismo que lançavam-se a campo aberto para melhor sentir a realidade que iriam retratar. THOMAZ (2006, p. 23)

Barbeiro e Lima (2002, p. 76-77) ainda apontam alguns diferenciais da vídeoreportagem: o *off* dá lugar a uma narração dos fatos que estão sendo filmados e tem quase sempre um tom coloquial. O vídeorepórter procura estabelecer uma relação de cumplicidade com a audiência. A história é contada sem que o vídeorepórter apareça na

frente da câmera (nesse caso, a passagem é opcional). A videorreportagem sugere um número menor de cortes e a utilização dos planos tipo sequência, também permitindo imagens desfocadas e trêmulas, quando não substituíveis.

Segundo Castilho (2004, p 5), em 1998 a TV Bandeirantes criava, em São Paulo, o Canal 21, um canal local, que tinha como inspiração a *City TV* emissora canadense produtora no formato de videorreportagem. Nesse contexto, surgiu o *núcleo SP Digital*, composto de seis repórteres e como equipamento de trabalho possuíam apenas uma câmera digital, um carro e um computador portátil. O principal diferencial dessa equipe era a transmissão do conteúdo produzido, que era editado ainda no local e enviado por meio da internet para a emissora. Essa experiência feita pelo *SP Digital* durou quase um ano.

A primeira videorrepórter a possuir um programa transmitido mensalmente foi Renata Falzoni; O programa feito integralmente no formato de videorreportagem era intitulado *As Melhores Aventuras do 21* e veiculado no Canal 21.

Na Rede Globo, o experimento só conseguiu espaço no ano de 2001, com o jornalista Luís Nachbin, com a videorreportagem *Transiberiana – a estrada de ferro mais longa do mundo*, transmitida pelo programa *Globo Repórter*. Para Karina de Araújo Silva (2008, p. 11) a exibição dessa videorreportagem “teve uma repercussão positiva pelo fato de romper um modo de produção estabelecido”. Atualmente, o formato de videorreportagem tem sido bastante utilizado em produtos jornalísticos como no programa *Profissão Repórter* da TV Globo.

Para se aventurar nesse formato de produção o profissional deve ter um perfil diferenciado, como afirma Thomaz (2007), pois deve dominar as diferentes funções que irá exercer durante a produção de uma videorreportagem. Deve estar preparado para superar as dificuldades a fim de conseguir agir e criar ao mesmo tempo.

Patrícia Thomaz (2007) defende que a videorreportagem não deve ser vista unicamente como um acúmulo de funções ou como uma proposta de redução de gastos, mas sim como uma nova proposta para pautas diferenciadas.

O videorrepórter dispõe de certa liberdade para compor seu trabalho, nesse contexto Thomaz (2007) ressalta que o videorrepórter tem a possibilidade de colocar todo seu potencial criador na sua obra. Utilizando os mais variados planos e enquadramentos, o videorrepórter poderá se enquadrar nos padrões do telejornalismo ou inovar como seu diferencial em direção ao documentário autoral.

Ainda segundo Thomaz (2007), o videorrepórter não atua como um narrador que apenas observa os acontecimentos em sua volta, para só então fazer os relatos. Esse profissional tem participação no desenrolar da situação e repassa a sua impressão do acontecido.

Pode-se ainda afirmar que tal formato possibilita ao repórter abelha uma maior intimidade entre entrevistado e entrevistador, já que por estarem em situação de paridade, apenas um frente ao outro, a fonte se sinta mais à vontade ao conversar com o videorrepórter. Thomé (2011, p. 22) afirma que, esse é um dos pontos positivos desse formato de produção:

[...] o fato de um mesmo profissional operar a câmera e fazer entrevistas. Este fator interfere consideravelmente na linguagem que o videorrepórter utiliza para gravar seu material: câmera na mão, maior intimidade com o personagem, e conseqüentemente, desempenho mais desenvolvido dos entrevistados, facilidade de locomoção e até mesmo de entrar em localidades (lugares) onde uma equipe jamais poderia chegar, seja pela limitação física do espaço, seja pela limitação imposta pelos entrevistados.

Com a popularização da internet a videoreportagem ganhou um novo espaço de exibição, passando a integrar o conteúdo multimídia de diversas páginas da web.

É o caso do UOL (Universo OnLine) no canal jornalístico UOL NEWS. Em 2004 o programa era comandado por Paulo Henrique Amorim e tinha na sua grade de funcionários dois videorepórteres que produziam matérias diárias, fiz parte desse time. (THOMÉ, 2011, p. 40).

Ainda nessa perspectiva, surgem no ciberespaço blogs de videorepórteres independentes. Tais blogs não têm uma segmentação única, cobrem tanto eventos factuais como pautas frias, como se pode constatar no Blog do videorepórter Paulo Castilho².

Castilho (2004, p. 3) identifica ainda a plataforma digital como uma grande aliada da produção do videorepórter, afirmando que com o desenvolvimento da internet, tal profissional “pode ser apresentado hoje como a forma mais eficiente de criar conteúdo multimídia”.

Com o avanço tecnológico e democratização das novas tecnologias, ocorre a facilidade de manuseio e de acesso às formas de captura de imagem e vídeo; o que possibilita que mais pessoas se aventurem e produzam videoreportagem. Curado (2002, p. 23) faz então um alerta a tal tipo de produção, enfatizando que o tecnológico nem sempre é suficiente para se produzir um material de qualidade: “A prática demonstra que não são apenas os recursos tecnológicos e a habilidade de lidar com máquinas, os elementos fundamentais para a realização de uma reportagem”.

Carol Thomé (2010, p. 15) ainda faz outro apontamento aos que procuram produzir um material no

² Disponível em: <<http://videoreporter.blogspot.com.br/>>.

formato de videoreportagem, já que muitas vezes na ânsia de realizar um trabalho com qualidade fotográfica e tendo uma imensa oferta de equipamentos cinematográficos no mercado, o profissional pode acabar perdendo o foco central da produção:

É inquestionável que os equipamentos são úteis e necessários. No entanto, é preciso tomar cuidado com o excesso de material e, principalmente objetos de gravação que requerem cuidados especiais (como, por exemplo, as lentes). Tem de haver organização e muita disposição para dar conta de tudo o que está em jogo, caso contrário, o sobrepeso pode atrapalhar o desempenho do profissional. É importante checar a necessidade dos instrumentos e criar uma organização que ajude o manuseio de tudo. (THOMÉ, 2010, p. 15)

Mais uma vez deve-se colocar o profissional a frente dos equipamentos, o videorepórter, mesmo possuindo o melhor equipamento só irá conseguir um bom produto, em sua videoreportagem, se conseguir administrar todos os outros fatores no decorrer de sua produção.

Profissão Repórter

O programa *Profissão Repórter*, exibido pela Rede Globo de Televisão, atualmente nas noites de quarta-feira, tem duração de 35 minutos e percorreu várias etapas até se consolidar e ganhar espaço na grade da Globo.

O programa jornalístico que é comandado pelo jornalista Caco Barcellos e tem como slogan: “os bastidores da notícia, os desafios da reportagem”, foi exibido primeiramente na noite de 28 de abril de 2006, como afirmam Soares e Gomes (2012) organizadoras do livro *Profissão Repórter em Diálogo*. Ainda segundo as autoras, em 07 de maio de 2007, o *Profissão Repórter* vira quadro do programa

semanal Fantástico, exibido pela mesma emissora, com o tempo médio de dez minutos. Em junho de 2008, com sucesso consolidado, o *Profissão Repórter* finalmente conquista um lugar fixo na programação da Rede Globo de Televisão, começando a ser exibido então na terça-feira à noite com duração de 25 minutos.

Desde sua criação, o *Profissão Repórter*, buscou um diferencial ao apresentar o fator jornalístico. Soares e Gomes (2012) ressaltam que o programa tem como proposta apresentar os acontecimentos por detrás das câmeras, desmistificando o fazer jornalístico, pois:

Desse modo, o programa toma para si o seguinte objetivo específico: apreender seus próprios processos de produção, remetendo a um jornalismo que pensa a própria consciência e coloca em questão os problemas do conhecimento jornalístico. (SOARES; GOMES, 2012, p.14).

Arruda (2012) aponta para a pluralidade das linguagens jornalísticas notórias no programa *Profissão Repórter*, citando, por exemplo: jornalismo espetáculo, jornalismo investigativo, jornalismo verdade, jornalismo humanizado, entre outros. Para Arruda (2012), o tema central abordado no *Profissão Repórter* é o cotidiano da sociedade brasileira, principalmente denúncias e fatos de cunho social, dando-se então voz à comunidade.

Outro diferencial de *Profissão Repórter* apresentado pelo autor, em relação aos demais telejornais produzidos no Brasil, é referente à edição do programa, que geralmente é dividido em apenas dois blocos. Segundo Arruda (2012), *Profissão Repórter* se utiliza de cortes bruscos na hora da edição, buscando mostrar o mesmo fato de diferentes ângulos, prendendo, assim, a atenção do telespectador frente à tela da TV.

O *Profissão Repórter* de acordo com Figueiredo (2012) é composto por uma narrativa contemporânea, sendo assim

se coloca como alternativa ao tradicional jornalismo de terceira pessoa e sobre a tão buscada objetividade. Para Figueiredo, *Profissão Repórter* ao colocar a equipe responsável pelo mesmo, mostrando sua cara, apresenta uma narrativa em primeira pessoa e estabelece uma relação “intersubjetiva”, tanto com o entrevistado, quanto com o espectador.

Gross e Paschoalisk (2012) fizeram um mapeamento panorâmico sobre *Profissão Repórter*, no qual foram cautelosas, pois por se tratar de um programa híbrido nos formatos de imagem, som, movimento e narrativa a abordagem de seus produtos demanda ângulos diferenciados de análise. As autoras fizeram a análise de todos os programas exibidos de 2006 a 2010, totalizando 53 horas contidas em 149 episódios.

A presença de Caco Barcellos é algo muito forte no desenrolar do programa. Gross e Paschoalisk puderam mapear a participação do jornalista em 98,66% dos programas exibidos de 2006 a 2010. Dos 149 episódios analisados, Barcellos só não estava presente em dois e segundo elas:

O projeto de Profissão Repórter, apesar de ser uma elaboração conjunta entre vários profissionais, é encabeçado pelo já renomado jornalista Caco Barcellos, que, além de ser responsável pela idealização de assumir a edição do programa, também empresta sua imagem popular ao semanário como apresentador e repórter participante, principalmente como entrevistador. (GROSS; PASCHOALISCK 2012, p.36).

Caco Barcellos é um dos referenciais do jornalismo investigativo no Brasil, o jornalista teve o reconhecimento de seu trabalho e competência após o lançamento do livro Rota 66 – A história da polícia que mata, em 1992, trabalho esse que teve repercussão, pois fazia o relato da ação de

matadores da Polícia Militar de São Paulo. Com tamanha exposição após o sucesso do livro, Barcellos foi trabalhar como correspondente internacional o que foi fundamental para a segurança do jornalista, que havia despertado o descontentamento de autoridades na PM.

O jornalista começou a se destacar por realizar reportagens que abrangiam à violação dos Direitos Humanos na Ditadura Militar. Em 1995, o *Globo Repórter* fez a exibição de uma reportagem na qual Caco Barcellos constatou que em num cemitério clandestino, na cidade de São Paulo, havia oito corpos de vítimas que tinham desaparecido durante o regime militar. A matéria repercutiu de maneira tão positiva que Barcellos foi contemplado com um prêmio relacionado à defesa dos Direitos Humanos.

A passagem pelo *Globo Repórter* rendeu ainda a Barcellos o prêmio Vladimir Herzog, que era oferecido pelo Sindicato dos Jornalistas de São Paulo. O prêmio foi oriundo da reportagem em que Barcellos fez a investigação do atentado que ocorrera em 1981 no Riocentro.

Caco Barcellos recebeu, em 2011, mais um prêmio, dessa vez da Revista Imprensa. Barcellos havia produzido série de reportagens sobre a guerra civil produzida para o Fantástico e mais uma vez teve seu mérito reconhecido.

Em um estudo sobre o programa *Profissão Repórter* o pesquisador Thiago Emanuel dos Santos coloca Barcellos como uma figura onisciente na construção da narrativa, enquanto os repórteres podem ser definidos como narradores-personagens:

Através da utilização deste recurso, Barcellos assume, no esquema narrativo, o papel do narrador onisciente, sabe o que vai ser mostrado, apesar de não estar naquela cena. Os outros repórteres são os narradores-personagem. Incluem-se nas histórias, choram, se emocionam. Mostrar os bastidores, na retórica do programa, serve para mostrar o desenvolvimento das histórias, colocando os

jornalistas como personagens delas. O programa aproxima o jornalismo da sensibilidade, alterando a imagem defendida por certa tradição teórica que pensa que o jornalista tem que ser observador imparcial da realidade. É uma mudança na concepção do que é jornalismo, aproximando-se muito mais à concepção defendida por autores dos estudos culturais. (SANTOS, 2011 p.181).

A equipe do programa também trás outra característica própria do semanal, pois busca manter em seu meio, jornalistas jovens, recém-formados, em sua primeira temporada trazia em seu anunciado esse lembrete aos telespectadores: “ Caco Barcellos e sua equipe de jovens repórteres vão às ruas, juntos para mostrar diferentes ângulos da mesma notícia”.

Resende (2012) afirma que o programa *Profissão Repórter* busca passar ao telespectador a impressão de que o que é visto pelas lentes da câmera é o tempo vivido propriamente dito, criando-se então a crença de que a realidade não passa de um quadro a ser revelado, pois:

Na tessitura de muitas de suas narrativas, o repórter, ‘com a câmera na mão’ (um clichê bastante utilizado no programa), explica enquanto registra, direcionando o olhar do telespectador no esforço evidente de contribuir para que nada passe despercebido. (RESENDE 2012, p. 61).

Doretto e Costa (2012, p. 69) apontam que, às vezes, na ânsia de revelar o “modo de fazer” da notícia o *Profissão Repórter* acaba “captando atenção demais à história da reportagem, e não à história que está na reportagem”.

Figueiredo (2012) elucida que na produção das reportagens, a equipe do *Profissão Repórter* prioriza entrevistar aqueles que realmente vivenciaram a situação enfocada. Pois,

o programa apresenta cenas do cotidiano acompanhadas por relatos de vida dos personagens em destaque.

Outros aspectos ainda são levantados por Liesenberg (2012), quanto aos elementos que compõe a narrativa do *Profissão Repórter* tais como: o reforço do papel testemunhal dos repórteres e o fato de revelar o passo a passo do processo de reportagem e associar isso ao vencimento de desafios.

Como já citado anteriormente *Profissão Repórter* traz consigo o slogan: “os bastidores da notícia”, no entanto ao analisarmos a produção do programa podemos observar que tais bastidores são pouco exibidos.

Paganotti (2012), ao analisar os quatro primeiros anos de exibição do programa afirma que apenas 15% dos episódios trazem a discussão de pauta para a produção da reportagem. Já a discussão sobre a edição do material apareceu em 21% dos programas exibidos no período.

No entanto os debates na ilha de edição, não são propriamente sobre o tratamento de imagem e som na matéria. Nesse espaço Caco Barcellos conversa com seus repórteres sobre as dificuldades enfrentadas durante a gravação da pauta.

A análise de 31 episódios que tem a ilha de edição como cenário de diálogos entre repórteres e Caco Barcellos revela uma situação insólita: a ilha de edição não mostra a edição em si, pois em nenhum dos episódios analisados os debates entre os jornalistas tratam da escolha de imagens ou sons, nem da construção narrativa do programa. O que se discute são os dilemas, inseguranças e dificuldades na escolha das estratégias adotadas pelo repórter durante a apuração, além de comentários sobre os sentimentos e expectativas nutridas pelos jornalistas durante a reportagem. (PAGANOTTI, 2012, p. 142).

Para Panotti (2012), o que se retrata na ilha de edição é uma espécie de *making off* a fim de complementar o que já foi mostrado no programa ao invés de se mostrar de fato as práticas de edição e construção do programa.

Faz-se então necessário o que Panotti chama de “encenação” dos bastidores, onde o trabalho do repórter é medido para se encaixar na organização de cada episódio.

Mesmo que o passo a passo da montagem da matéria não seja mostrado na ilha de edição, os comentários feitos por Caco Barcellos acabam por revelar um pouco o dinamismo dos bastidores da TV.

Tavernari (2012), ao falar dos desafios da convergência no Profissão Repórter, aponta ainda que além de retratar os bastidores durante os episódios, o programa trás na plataforma digital os bastidores dos próprios bastidores, que são divulgados pelo site globo.com.

Figueiredo (2012) coloca que o ato de revelar os bastidores da notícia constitui o espetáculo, pressupondo então que ainda existem outros bastidores, que por sua vez não são revelados, e que são nesses bastidores ocultos que ocorrem as principais decisões em torno do programa.

Coração (2012) considera que ao expor os bastidores da notícia, o Profissão repórter faz uma opção pelo “filão da transparência”, mas alerta que tal transparência deve ser analisada como uma emolduração dos fatos, porque:

Essa transparência, no entanto, deve ser entendida aqui como emolduração do acontecimento que se desnuda, de modo que Profissão Repórter reivindica, a todo momento, a insígnia do acontecimento movediço, como se restasse a ele (acontecimento) o narrar exposto dos fatos. Então Profissão Repórter ordena a discussão no frenesi de vozes (repórteres, personagens, ambientações, etc.), em alguns momentos com tom ficcional e dramático. (CORAÇÃO, 2012, p. 159).

Durante a progressão do programa, o modo de se retratar os bastidores também foi modificado, como observa Soares (2012). O programa que outrora buscava visualizar uma mesma notícia por diversos ângulos agora apresenta seu conteúdo de maneira mais direcional. Soares afirma que de 2006 a 2008 as reportagens do programa traziam em seu foco a profissão e seus repórteres, já na segunda fase, de 2008 a 2009, o que acontece, segundo Soares (2012, p. 119), é a acentuação nos bastidores da notícia, o que a autora diz se tratar de uma “possibilidade de mostrar, radicalmente, a realidade e as maneiras de retratá-la”.

Para Soares a consolidação do espaço do Profissão Repórter na grade da Globo, acabou gerando um amadurecimento das reportagens e dos repórteres do programa. A autora ressalta que entre 2010 e 2011 passa a realizar grandes reportagens e muda o enfoque na narrativa dessas.

Os formatos de produção também foram se modificando, desde a utilização de planos e enquadramentos como a narrativa utilizada pelos repórteres na produção de suas reportagens.

Profissão Repórter e videorreportagem

Compondo essa narrativa diferenciada de abordagem da notícia, o Profissão Repórter utiliza por diversas vezes o recurso da câmera na mão, e ou da videorreportagem para compor sua reportagens.

Gross e Paschoalick (2012) puderam constatar a utilização da videorreportagem como formato no programa semanal. Em pesquisa realizada entre os anos de 2006 e 2010, puderam observar que 22,82% dos episódios analisados traziam a videorreportagem em sua narrativa. Sobre a utilização desse formato as autoras discorrem que:

Firmando-se como um jornalístico investigativo, o programa recorre à utilização da câmera escondida, videoreportagem com ‘câmera na mão’ e imagens de arquivo como recursos que compõem essa narrativa eu se propõe a apresentar ‘os desafios da reportagem’ (GROSS ; PASCHOALICK 2012, p.38).

Nesse sentido além de apresentar o fato na frente da câmera o espectador acompanha o desenrolar dos fatos, que na maioria das abordagens tradicionais, fica por detrás da lente.

Para Carol Thomé, a Rede Globo de Televisão, ainda é tímida ao assumir o formato de videoreportagem, no entanto para ela Profissão Repórter vem em contraponto com conservadorismo apresentado pela emissora ao dizer que:

Na Rede Globo de Televisão, existe a figura do videorepórter, mas a emissora não assume o uso do formato. Se por um lado existe o conservadorismo da fórmula para a produção audiovisual das notícias, por outro lado o jornalista Caco Barcellos, ícone dos meios de comunicação, leva às ruas uma equipe de jovens recém-formados dispostos a mostrarem seus diferenciais olhares de uma mesma pauta, rompendo as barreiras do tradicional. Essa iniciativa, de antemão, já comprova a expectativa de elaborar um trabalho com tempero autoral. (THOMÉ, 2011, p. 38).

Para a videorepórter tais elementos são bem próximos dos conceitos aplicados a videoreportagem:

Junto dessa ideia, Barcellos promove uma espécie de intercambio das funções entre os integrantes e acha importante o domínio do processo desde a pauta até a edição. Essa estrutura de trabalho aproxima-se do

conceito de videoreportagem e a equipe assume estas características vendo-as como importantes para o desenvolvimento do profissional. (THOMÉ, 2011, p. 38).

O *Profissão Repórter* se caracteriza, assim como um produto jornalístico que aproxima o telespectador do dia-a-dia jornalístico. Quebrando a rigidez do conteúdo transmitido pela emissora por meio da videoreportagem.

Para apresentar essa nova maneira de fazer jornalístico, o site do programa disponibiliza aos internautas uma guia intitulada: “Por dentro do vídeo”³, onde estão disponíveis técnicas e dicas de videoreportagem. Nesse ambiente virtual estão disponibilizados vídeos sobre esse processo de produção.

O material compartilhado no site é produzido pelos repórteres: Felipe Bentivegna e Rafael Batista. As técnicas disponibilizadas pelos profissionais passam desde o processo de captação de imagem e som até os processos de edição e dispõe ainda de um canal de relacionamento, no qual os internautas podem tirar suas dúvidas com os videorepórteres.

Considerações Finais

A videoreportagem vem ganhando um espaço significativo na programação das TV's brasileiras. O formato vem sendo utilizado tanto na gravação de programas de entretenimento quanto nos programas de cunho jornalístico, sendo utilizado no programa *SBT repórter* e no objeto de estudo desse trabalho o *Profissão Repórter*.

O perfil da emissora televisiva pode influenciar o resultado da produção do videorepórter, já que é regida por

³ Disponível em < <http://g1.globo.com/profissao-reporter/por-dentro-do-video.html>>.

padrões de qualidade e editorial. A pessoa que recebe/assiste ao produto também influencia diretamente no formato, já que nem sempre percebe as diferenciações implicadas nesse novo formato de produção.

Pode-se então afirmar, diante implicações exposto, que quando falamos em videorreportagem não existe um formato padrão, ou uma técnica pré-estabelecida como, por exemplo, o *lead* que deve responder aquelas perguntas padrões. Na videorreportagem, o profissional dispõe de liberdade para executar seu trabalho, podendo experimentar as mais diversas formas de narrativa, planos e enquadramentos. O seu ponto de vista pode ser transmitido sem que o profissional perca a credibilidade em apresentá-lo.

Devemos ainda ser cautelosos ao analisar uma videorreportagem, pois nem sempre os profissionais irão usar e abusar de criatividade. Por receio ou apenas para não fugir do tradicional, o videorrepórter utiliza as mesmas técnicas padrões do telejornalismo ao produzir sua videorreportagem. Nesses casos, até mesmo o próprio espectador possui dificuldades em distinguir o formato de produção. Tal modo é na maioria das vezes utilizado unicamente com o objetivo de se reduzir os custos de produção.

O videorrepórter por diversas vezes acaba virando não apenas um narrador, mas também um dos personagens da matéria, pois vivencia quase sempre os fatos abordados. Tal posicionamento não retira do profissional sua credibilidade, já que terá uma série de fontes para se posicionarem sobre o tema.

Mesmo essa pesquisa tendo abordado apenas um dos agentes praticantes do modo de produção de videorreportagem existem ainda outros tantos que produzem nesse formato com qualidade, podendo-se destacar o videorrepórter Luís Nachbin, que foi o percursos

do formato de videorreportagem na Rede Globo de Televisão.

Referências

ARRUDA, Neide. Os desafios da reportagem e a retórica das paixões. *In* **Profissão repórter em diálogo**. São Paulo: Alameda, 2012.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. **Manual de telejornalismo**: Os segredos da notícia na TV: Rio de Janeiro. Elsevier, 2002.

CASTILHO, Paulo. A Videorreportagem como forma de popularizar a produção e o consumo de conteúdo multimídia na Internet. Trabalho apresentado no V Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet, nov. 2004.

CORAÇÃO, Cláudio. **O fascínio pela realidade abruta e a demanda pelo comodismo familiar** *in* Profissão repórter em diálogo. São Paulo: Alameda, 2012.

DUARTE, Elizabeth. Televisão: entre gêneros/formatos e produtos. Trabalho apresentado no XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, 2003.

FECHINE, Yvana. **Gêneros televisuais a dinâmica dos formatos**. Pernambuco. UCP, 2001.

FIGUEIREDO, Vera. Cena desdobrada: o palco dos bastidores. *In* ARRUDA, Neide, **Profissão repórter em diálogo**. São Paulo: Alameda, 2012.

GOMES, Itania. A Noção de Gênero Televisivo como Estratégia de Interação..In **Revista Fronteiras Estudos Midiáticos**, v.4, 2002.

GROSS, Daniele; PASCHOALICK, Paula. **Profissão repórter, um panorama**. In ARRUDA, Neide. **Profissão repórter em diálogo**. São Paulo: Alameda, 2012.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

PAGANO'TTI, Ivan. **O aprendiz da Profissão Repórter: o ethos da competição/colaboração no lugar dos bastidores** in Profissão repórter em diálogo. São Paulo: Alameda, 2012.

RESENDE, Fernando. **para um jornalismo de fricção: a delicadeza de não ter o que dizer** in Profissão repórter em diálogo. São Paulo: Alameda, 2012.

SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia Científica: a construção do conhecimento**. 5. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

SILVA, Karina de Araújo. **A vídeoreportagem no telejornalismo: modo de endereçamento do programa Passagem Para**. Faculdade de Comunicação. Universidade Federal da Bahia. Disponível em: www.tvrealidade.facom.ufba.br/.../Karina%20Araujo.pdf Acesso em 05/05/2016.

SILVA, Karina de Araújo. **Videoreportagem em três estilos: Análise de um subgênero em formação**. Universidade Federal da Bahia. Disponível em:

<http://karinaaraujo.files.wordpress.com/2010/12/dissertac3a7c3a3o-karina-araujo1.pdf> Acesso em 05/05/2016.

SOARES, Rosana. **De Linha Direta a Profissão Repórter: margens combinantes do telejornalismo** *in* Profissão repórter em diálogo. São Paulo: Alameda, 2012.

SOARES, Rosana; GOMES, Mayara. **Profissão repórter em diálogo**. São Paulo: Alameda, 2012.

SOUZA, José Carlos. **Debate: televisão, gêneros e linguagens** in Debate, televisão, gêneros e linguagem. Salvador:Boletim 10, 2006.

SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Pulo: Semmus, 2004.

THOMAZ, Patrícia. **A composição da obra autoral e a experimentação da linguagem telejornalística na vídeoreportagem**. Universidade do Paraná. Disponível em: www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0239-1.pdf Acesso em 10/05/2016.

THOMAZ, Patrícia. **A linguagem experimental da vídeoreportagem** Universidade de Marília. Disponível em: <http://www.unimar.br/pos/trabalhos/arquivos/62f36f755ae0945cd96fa2317a1747c8.pdf> Acesso em 10/05/2016.

O jornalismo como ferramenta de Educação em Direitos Humanos

Alessandra Bonfim Bacelar de Abreu Adrian¹

INTRODUÇÃO

O presente trabalho pretende verificar se o jornalismo pode ser utilizado como ferramenta educativa e disseminadora dos direitos que a população tem e às vezes por desconhecimento acaba não acessando. Além disso, observar se o jornalista se utilizando de responsabilidade social, pode desenvolver trabalhos que aproximem a comunidade mais carente das leis e assim garantir o acesso à justiça, aos direitos e principalmente a dignidade da pessoa humana.

A inquietação surgiu após observações dos trabalhos realizados pelas Assessorias de Comunicação do Sistema de Justiça, em especial a DPE-TO - Defensoria Pública do Estado do Tocantins, onde diariamente os Defensores Públicos e Servidores atendem centenas de pessoas que a princípio nem sabem direito porque estão ali, na maioria das vezes foram indicados por vizinhos ou parentes que já foram atendidos pela Instituição, tiveram o problema resolvido e passaram adiante a vitória obtida, ou ainda por não possuírem recursos financeiros para contratar um advogado

¹ Graduada em Comunicação Social/Jornalismo, Pedagogia com Habilitação em disciplinas do 2º Grau. Pós-graduada em Educação, Comunicação e Novas Tecnologias, MBA em Gestão da Comunicação e Marketing, pós-graduanda em Ensino de Comunicação/Jornalismo: Temas Contemporâneos pelo Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE) da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Servidora de carreira da Defensoria Pública do Estado do Tocantins. E-mail: alessandrabacelar@gmail.com.

particular, veem ali a possibilidade de ser defendido frente às questões jurídicas.

Aos jornalistas da DPE-TO cabe divulgar os resultados das ações que foram protocoladas na justiça, atendimentos com temas incomuns, ações institucionais, trabalhar a comunicação interna, atuar nas redes sociais, assessoramento, relacionamento com a mídia, orientação para entrevistas, levantamento de informações, análises de cenários, organização de eventos entre outras atribuições inerentes a profissão.

O profissional convive diariamente com decisões técnicas, cercadas de linguagem jurídica, e tem como objetivo de trabalho que essas informações primeiramente sejam compreendidas pelos jornalistas que atuam nos veículos de comunicação e posteriormente divulgadas para os leitores, ouvintes e telespectadores com foco em informar, conscientizar e mostrar àquelas pessoas mais simples o direito a justiça e de cobrar as políticas públicas ausentes.

Mas, como tornar as notícias ao mesmo tempo atrativas para os veículos de comunicação, e informativas para a população, qual o caminho a percorrer, qual o método utilizado, é possível aplicar a vertente da Educação em Direitos Humanos e assim construir uma metodologia de trabalho mais efetiva que une o jornalismo, a educação e os direitos humanos? Essas respostas foram possíveis por meio de análises e acompanhamentos de dos trabalhos realizados na Ascom da DPE-TO intitulado de Mediação uma Nova Forma de Justiça, o qual reúne várias peças produzidas – cartaz, folder, cartilha e camiseta.

Desenvolvimento

O acesso à justiça é assegurado e garantido na Constituição Federal, conforme preconizado no artigo 5º, incisos XXXV e LXXIV, porém boa parte da população

carente desconhece os direitos que possui, onde deve buscar ajuda e qual o caminho a seguir. Para os que trabalham nos órgãos de justiça e tem a possibilidade de conversar com a população atendida, não é difícil perceber que ainda faltam conhecimentos sobre as leis, como cobrar as políticas públicas entre outras situações.

Na tentativa de suprir essa lacuna o Governo Federal implantou o PNDH - Programa Nacional de Direitos Humanos que teve início em 1996, sofreu reformulações até chegar no Plano Nacional em Direitos Humanos respaldados no PMEDH - Programa Mundial de Educação em Direitos Humanos e constituído por cinco eixos: educação básica; educação superior; educação não formal; educação dos profissionais de Justiça e Segurança; e educação e mídia. Em 2012, o Ministério da Educação aprovou as Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos com diretrizes em consonância com a Constituição Federal de 1988 e a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei no 9.394/1996) e com fundamento nos princípios da dignidade humana; a igualdade de direitos; o reconhecimento e a valorização das diferenças e das diversidades; a laicidade do Estado; a democracia na educação; a transversalidade, a vivência e a globalidade; e a sustentabilidade socioambiental.

As pessoas que estão nas salas de aula até podem ter acesso à introdução aos Direitos Humanos, mas os que não estão ficam no ocaso e a espera de ações pontuais de instituições. Nesse interim os jornalistas que atuam nas assessorias desses órgãos o trabalho podem adotar uma nova perspectiva, ir além da produção de releases, e seguir outra postura profissional, de responsabilidade social e ainda ensaios de educadores.

Para PERUZZO (2013, p. 205) os estudos que relacionam comunicação e educação tem a tendência de mostrar as relações e interrelações entre esses dois campos de conhecimento:

a questão da ensino-aprendizagem enquanto mediada por um processo comunicativo; da utilização de meios de comunicação na educação presencial, nas instituições de ensino; do papel da mídia no processo de educação; da educação para a recepção crítica das mensagens transmitidas através dos meios massivos, especialmente da televisão. Trata-se de uma linha de estudos em expansão e que tem trazido contribuições significativas para a compreensão de tais fenômenos, no entanto ainda não é suficiente compreendida e valorizada pelos educadores e comunicadores.

Para verificar essa possibilidade, avaliar se há uma nova perspectiva de trabalho, demonstrar ser possível trabalhar direitos humanos na perspectiva educacional se utilizando das técnicas jornalísticas, foi utilizada uma atividade realizada na Defensoria Pública, a implantação da Mediação em conflitos como forma de resolver desavenças sem que essas cheguem até aos tribunais de justiça e levem anos pra ser solucionadas.

A demanda à Ascom foi a partir da observação da Constituição e da dinâmica dos atendimentos da Defensoria Pública utilizar o jornalismo como forma de trabalhar a Educação em Direitos Humanos. Apesar da transversalidade as duas áreas caminham em lados opostos, onde o jornalismo vive na crise de seguir seus princípios, observando o mercado, pensado no lucro e que as vezes não se sustenta sendo isento e crítico e ainda de atrair audiência. A Educação em Direitos Humanos por sua vez tem o seu viés mais libertário, permitindo as pessoas mudarem significativamente a perspectiva de vida. Nessa hora o jornalista atuaria se despindo do caráter alienante para algo mais criativo.

Apesar das condições em que se desenvolve: trabalho resultante do processo de suspensão de cotidianidade, capaz de levar à reflexão e de fornecer, no movimento de retorno ao cotidiano, elementos que contribuam para um novo senso comum. (MORETZSOHN, 2007, p. 286).

Os jornalistas atuantes no serviço público tem como foco a informação institucional e não os gestores como comumente é feito. Segundo a Constituição Federal, em seu artigo 37, há de se observar o princípio da impessoalidade², e a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos. Com essa liberdade é possível realizar trabalhos mais educativos sem fins na promoção e sim o institucional.

Esse artigo apresenta experiência onde mostra ser é possível suplantar essa dicotomia, e fazer um trabalho sem cunho financeiro visando tão somente oportunizar ao cidadão o conhecimento, o caminho para se ter de fato os direitos assegurados. Aqui vale destacar que tal possibilidade se faz pela independência da instituição onde a atividade foi realizada, pois em outros palcos tal trabalho não pudesse ser realizado, pelas vaidades dos gestores em aparecer mais que a informação, ou pela própria falta da liberdade do jornalista em poder ser sujeito social e transformador, bem diferentes daqueles que estão no mercado privado que tem o

² O princípio da impessoalidade visa a neutralidade e a objetividade das atividades administrativas no regime político, que tem como objetivo principal o interesse público. Este princípio traz consigo a ausência de marcas pessoais e particulares correspondentes ao administrador que esteja no exercício da atividade administrativa. A pessoa política é o Estado, e as pessoas que compõem a Administração Pública exercem suas atividades voltadas ao interesse público e não pessoal. O princípio da impessoalidade proíbe o subjetivismo. (SILVA, 2006).

compromisso com a audiência e preterem todos os outros assuntos em favor do esporte, do crime, do consumo ou de um tema atraente.

Os veículos de comunicação produzidos por setores organizados das classes subalternas, ou a elas organicamente ligados, acabam por criar um campo propício para o desenvolvimento da educação para a cidadania. As relações entre educação e comunicação se explicitam, pois as pessoas envolvidas em tais processos desenvolvem o seu conhecimento e mudam o eu modo de ver e relacionar-se com a sociedade e com o próprio sistema dos meios de comunicação de massa. Apropriam-se das técnicas e de instrumentos tecnológicos de comunicação, adquirem uma visão mais crítica, tanto pelas informações que recebem quanto pelo que aprendem através da vivência, da própria prática. Por exemplo, a seleção de notícias que a pessoa se vê obrigada a fazer na hora de montar o noticiário na rádio comunitária, bem como os demais mecanismos que condicionam o processo de produzir e transmitir mensagens com os quais se depara cotidianamente, lhe tiram a ingenuidade sobre as estratégias e as possibilidades de manipulação de mensagens pelos grandes meios de comunicação de massa. Ela passa a conhecer as possibilidades de seleção das mensagens, os conflitos de interesses que condicionam a informação ou a programação, a dinâmica do mercado publicitário, além da força que tem um veículo de comunicação, tal como o rádio, o jornal, a televisão etc.(PERUZZO, 2013,p. 219).

Como a premissa da Defensoria Pública é primeiramente resolver os conflitos de forma extrajudicial, a Mediação é um dos principais instrumentos utilizados. Porém por ser algo relativamente novo - a Lei no 13.140/15

– “Lei da Mediação” começou a vigora a partir de 2016 assim como a Lei 13.105/2015 Novo Código de Processo Civil que regulamenta a primeira - ainda com uma desconfiança da efetividade e segurança em relação às decisões ali tomadas, a defensora pública responsável pela implantação das salas de Mediação buscou na Assessoria de Comunicação parceira importante para a elaboração de um kit (foto 1) formado por cartaz, folder, camisa e cartilha todos a ser elaborados na perspectiva educacional e tendo como mote Mediação na Defensoria Pública - Uma nova ideia de justiça.

Figura 1 – Kit produzido composto por quatro itens

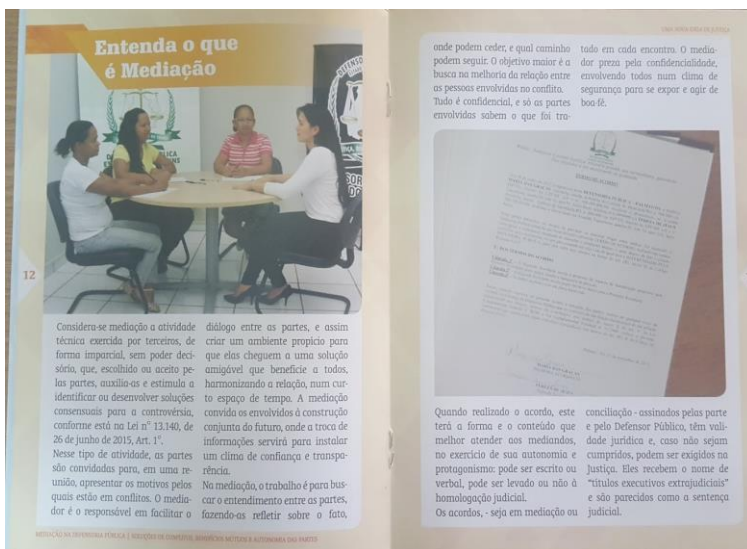


Fonte: Alessandra Bonfim Bacelar de Abreu Adrian

Diante da perspectiva dos juristas ainda estarem em fase de adaptação, em meio a um ambiente de novidades veio a oportunidade de se criar materiais que pudessem ser distribuídos para população como forma de disseminar conhecimento, e conscientizar o quão mais rápido pode ser a resolução de conflitos via Mediação.

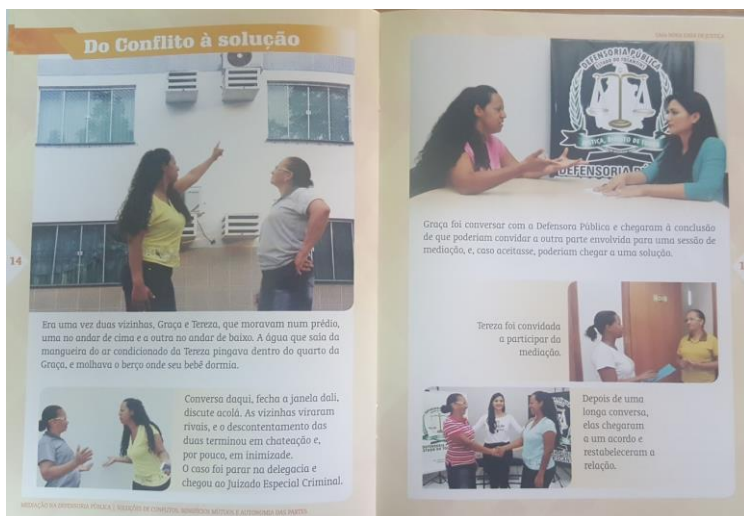
A Cartilha “Mediação na Defensoria Pública – Soluções de conflitos, benefícios mútuos e autonomia das partes – Uma nova ideia de Justiça” (Fotos 3 e 4) contém 24 páginas, sendo esta a peça informativa que explica: 1. atribuições da Defensoria Pública até o que é Mediação; 2. como ela é feita, 3. quem pode participar, 4. benefícios e 5. Aborda ainda sobre outras soluções extrajudiciais.

Figura 2 - parte da cartilha que explica o que é a Mediação e tem exemplo, elucidativo, caso real de conflito, resolvido na Mediação.



Fonte: Alessandra Bonfim Bacelar de Abreu Adrian

Figura 03 - situação real resolvida pela Mediação



Fonte: Alessandra Bonfim Bacelar de Abreu Adrian

O material de veiculação publicitária compreende ainda cartaz e folder com conteúdo de fácil compreensão que foram elaborados pela equipe da Assessoria de Comunicação da DPE-TO, com o apoio de servidores e prestadores de serviço da Instituição, que voluntariamente concordaram em fazer parte das fotografias que ilustram os textos e repassam informações gerais sobre o tema.

Foto 4 e 5 - Frente e verso do folder educativo a ser distribuído pela população

Meios Alternativos de Soluções de Conflitos

A solução de conflitos pode ser judicial e extrajudicial. A Defensoria Pública utiliza frequentemente dois meios alternativos de solução extrajudicial: a **Mediação** e a **Conciliação**. Os dois são processos bem diferentes, que são utilizados para evitar que o conflito chegue aos tribunais – que é a solução judicial – e com isso cumpre a função institucional de promover prioritariamente a solução extrajudicial dos litígios (Lei Complementar 80/94, artigo 4, inciso II).

Conciliação	Mediação
<ul style="list-style-type: none"> A conciliação mantém as partes numa postura adversarial, de defesa de suas posições; O conciliador pode orientar as partes juridicamente; O conciliador pode oferecer sugestões para um acordo; A conciliação tem foco apenas no acordo entre as partes envolvidas; A conciliação se volta para o passado; A publicidade inerente à conciliação realizada no âmbito judicial pode contribuir para um ambiente de desconfiança e adversarialidade. 	<ul style="list-style-type: none"> A mediação convoca as partes o ator de maneira colaborativa e a pensar soluções que satisficam a todos; O mediador não pode orientar as partes juridicamente; O mediador se abstém de efetuar sugestões, zelando pela autonomia das partes; A mediação tem por foco o acordo e também a melhoria da relação entre os envolvidos; A mediação tem a olhar voltado para o futuro, prevenindo novos conflitos; A mediação é revestida de confidencialidade, traz segurança para se expor e agir de boa fé.
Solução Judicial	Mediação
<ul style="list-style-type: none"> No processo judicial o juiz é quem decide a solução da controvérsia (um perde, o outro ganha); O processo judicial utiliza-se de provas para buscar a verdade e atribuir a culpa; O processo judicial é delimitado pelo pedido formulado, faz com que os novos quesitos que surjam, gerem novas demandas judiciais; O processo judicial é marcado pela formalidade; O juiz julga com base na lei. 	<ul style="list-style-type: none"> A mediação busca gerar um ambiente colaborativo construindo soluções em que todos ganhem; No mediação não há preocupação com a produção das provas; A mediação permite que sejam tratadas todas as questões que os mediadores achem necessárias, até relacional, prevenindo novas demandas; A mediação é informal e flexível; Os mediadores utilizam os critérios que eles entendem como válidos.

Referências Bibliográficas: RODRIGUES, Ana et al. Manual de Mediação para a Defensoria Pública, Brasília, DE CADURNAM, 2014 | ANAÍDE FERRAZ, Priscila. Conciliação: Defensoria Pública pelo gênero extrajudicial dos direitos. Brasília, DE, 2012 | BRASIL. Lei nº 13.140, de 20 de junho de 2015. | DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO TOCANTINS (DPE-TO). Brasília: DPE-TO, de 6 de dezembro de 2013. | BRASIL. Lei Complementar 80/94



Mediação
na Defensoria Pública

Soluções de conflitos, benefícios mútuos e autonomia das partes



UMA NOVA IDEIA DE JUSTIÇA

O Direito de Acesso à Justiça

A DPE-TO - Defensoria Pública do Estado do Tocantins está ampliando o acesso à justiça, e para isso, irá aumentar as possibilidades ao assistido para resolver seus conflitos por meio da Mediação, onde as pessoas envolvidas conversam e juntas chegam a uma solução. A prática da mediação cresce em todo país, assim como seus bons resultados. Então que tal resolver aquele problema que você tem utilizando a mediação? Continue sua leitura e entenda mais sobre essa prática.

Papel Institucional da DPE-TO

São funções institucionais da Defensoria Pública, dentre outras: promover, prioritariamente, a solução extrajudicial dos litígios, visando à composição entre as pessoas em conflito de interesses, por meio de mediação e administração de conflitos.

Perfil do Assistido

- Renda mensal individual de até 03 salários mínimos, ou renda mensal familiar que não ultrapasse 05 salários mínimos;
- Que não seja proprietário, titular de aquisição, herdeiro, ou legatário de bens móveis, imóveis ou direitos, cujos valores ultrapassem o quantum de 200 salários mínimos;
- Que não possua investimentos financeiros em aplicações superiores a 20 salários mínimos.

Salário mínimo: Resolução CSOJ nº104, de 6 de dezembro de 2013.

Conceito Legal de Mediação

Considera-se mediação a atividade técnica exercida por terceiros, imparcial, sem poder decisorio, que, escolhido ou aceito pelas partes, as auxilia e estimula a identificar ou desenvolver soluções consensuais para o controvérsia [Lei nº 13.140, de 26 de junho de 2015, Art 1].



Entenda o que é Mediação

A mediação é uma forma de acordo extrajudicial que busca soluções de benefícios onde todos ganham, resolvendo o conflito em um curto espaço de tempo. O objetivo maior é a busca da melhoria na relação entre as pessoas envolvidas no conflito. Os acordos em mediação, assinados pelas partes e pela Defensoria Pública, têm forma e conteúdo que assegurem a sua validade jurídica.



DPE-TO
DEFENSORIA PÚBLICA
ESTADO DO TOCANTINS

Secretaria de
Reforma do Judiciário

Ministério da
Justiça



GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

Fonte: Alessandra Bonfim Bacelar de Abreu Adrian

Metodologia do Trabalho

Para a construção do material foi realizada primeiramente uma reunião com as equipes da Ascom e das Salas de Mediação. Nesse encontro foram repassadas as intenções sobre o trabalho a ser desenvolvido, definido o público-alvo, as peças, recursos financeiros, articulações e distribuições de responsabilidades e atribuições, foram feitas as indicações de pesquisa das leis que regulamentam a Mediação, consulta a Constituição Federal, e levado em consideração a participação do jornalista em curso de formação sobre o tema, entrevistas com pessoas que já passaram pelo processo de mediação para conhecer as dificuldades e como conseguiram o resultado desejado e também com os mediadores que puderam compartilhar como se dava todo o processo. Além de leituras de livros e cartilhas sobre mediação (ANADEP, 2012), (ROSENBLATT, 2014) e ainda material sobre Educação em Direitos Humanos (BRASIL, 2013).

Já a coleta de dados foi realizada junto aos Assistidos e Servidores atuantes no Projeto Justiça Comunitária³, realizado no setor Taquaralto em Palmas, onde foi trabalhada a Mediação como forma de resolver demandas entre vizinhos, familiares, pequenas relações de consumo, e onde a divulgação desses direitos era feita apenas pelos agentes comunitários de mediação. Diante do contexto de

³ O Projeto Justiça Comunitária em Palmas - TO foi implantado no ano de 2010, com um convênio firmado entre a União, por intermédio do Ministério da Justiça através da Secretaria de Reforma do Judiciário e a Defensoria Pública do Estado do Tocantins, com o apoio do Programa Nacional de Segurança Pública com Cidadania (PRONASCI). E tinha como objetivo contribuir para a democratização do acesso à justiça, por meio da mobilização e capacitação de agentes comunitários em mediação de conflitos, para que a própria comunidade possa gerir seus conflitos com independência.

captar relatos a opção foi utilizar a metodologia da história oral:

[...] a história oral pode dar grande contribuição para o resgate da memória nacional, mostrando-se um método bastante promissor para a realização de pesquisa em diferentes áreas. É preciso preservar a memória física e espacial, como também descobrir e valorizar a memória do homem. A memória de um pode ser a memória de muitos, possibilitando a evidência dos fatos coletivos (THOMPSON, 1992, p. 17).

Todas as conversas foram gravadas, e o caso recontado na cartilha também serviu para ilustrar um vídeo utilizado nos momentos de sensibilização junto às comunidades, como forma de mostrar que a Mediação pode resolver desde um simples desentendimento entre vizinhos, até casos mais complexos como guarda de filhos ou dívidas comerciais.

Finalizada a parte de levantamento de informações foram feitos os primeiros rascunhos de textos a ser utilizados, e também os primeiros pontos de embate, de um lado a necessidade de usar as citações da legislação e os termos jurídicos, e por outro lado a de simplificar o máximo o texto. Foi pensando então de se usar personagens, pessoas simples, servidores da própria instituição convidado o leitor a fazer um passeio pela Defensoria Pública, entender como funciona, quem nela trabalha, como é feito o atendimento, quais os serviços prestados e apresentar a Mediação como uma das soluções, conscientizando que essa modalidade de acordo, pode evitar as demoradas batalhas judiciais, e a resolução é construída pelos próprios envolvidos, refletindo sobre o problema e construindo uma solução, redigindo um acordo com valor jurídico legal.

Textos prontos foram feitas as fotos seguindo fielmente a redação aprovada. Os registros intencionalmente

aconteceram na própria defensoria, e pensado para que os Assistidos reconhecessem o ambiente, os Servidores, Defensores Públicos e se sentissem acolhidos. O passo final foi a aprovação sem ressalvas por parte do Ministério da Justiça, patrocinador, por meio de convênio, da confecção de todos os materiais.

Educação em Direitos Humanos

Falar em Educação em Direitos Humanos é buscar o bem da coletividade, é colocar o homem como protagonista de sua vida, com a perspectiva de promover um mundo melhor, e que o Direito seja igual para todos, conforme determina a Constituição Federal.

Uma tarefa que deve ser encarada por todos, independente do trabalho que realiza, ou do cargo que ocupa. Como deixa bem claro as Diretrizes Nacionais, educar para os direitos significa preparar os indivíduos para que possam participar da formação de uma sociedade mais democrática e justa, definição reforçada por Freire (1980, p.25), “a educação para a libertação é um ato de conhecimento e um método de ação transformadora que os seres humanos devem exercer sobre a realidade”.

O mundo atual, volátil e em constante desconstrução e construção não é mais possível ficar impassível. Há de se buscar novos caminhos de disseminação e principalmente de conscientizar a sociedade dos direitos e deveres de todos.

O PNEDH conceitua a Educação em Direitos Humanos como:

um processo sistemático e multidimensional que orienta a formação do sujeito de direitos, articulando as seguintes dimensões: a) apreensão de conhecimentos historicamente construídos sobre direitos humanos e a sua relação com os contextos internacional, nacional e local; b) afirmação de valores, atitudes e práticas sociais que expressem a

cultura dos direitos humanos em todos os espaços da sociedade; c) formação de uma consciência cidadã capaz de se fazer presente nos níveis cognitivo, social, ético e político; d) desenvolvimento de processos metodológicos participativos e de construção coletiva, utilizando linguagens e materiais didáticos contextualizados; e) fortalecimento de práticas individuais e sociais que gerem ações e instrumentos em favor da promoção, da proteção e da defesa dos direitos humanos, bem como da reparação das violações. (BRASIL, 2013, pag. 4)

O Programa ainda ressalta que a Educação em Direitos Humano deve ser feita de forma a orientar para a comunidade, sensibilizando o indivíduo a participar ativamente na resolução dos problemas, e que ela pode contribuir poderosamente para renovar o processo educativo. Destaca ainda que a educação, a informação e a orientação são fatores básicos para o desenvolvimento da responsabilidade individual e coletiva que possibilita ações positivas na solução dos problemas sociais.

Levando em conta esses conceitos, pode influir que o jornalista pode se incorporar desse papel educador, usando a produção jornalística não só como caráter informativo de repassar a população tão somente a realização das atividades de um órgão ou instituição, mas também pode de forma isenta, redigir na perspectiva educativa.

A informação se tornou de verdade e antes de tudo uma mercadoria. Não possui valor específico ligado, por exemplo, à verdade ou à eficácia cívica. Enquanto mercadoria, ela está em grande parte sujeita às leis de mercado: da oferta e da demanda em vez de estar sujeita a outras regras, cívicas e éticas, de modo especial, que deveriam, estas sim, ser as sua. (RAMONET apud PEREIRA, 2004, p. 9)

Para LAGE (2014; 21) o jornalista tem compromisso ético peculiar e uma dupla representação social:

deve saber selecionar o que interessa e é útil ao público (o seu público, o público-alvo); buscar a associação entre essas duas qualidades, dando à informação veiculada a forma mais atraente possível; ser verdadeiro quanto aos fatos (verdade, aí, é a adequação perfeita do enunciado aos fatos, *adaequatio intellectus ad rem*) e fiel quanto às ideias de outrem que transmite ou interpreta; admitir a pluralidade de versões para o mesmo conjunto de fatos, o que é um breve contra a intolerância; e manter compromissos éticos com relação a prejuízos causados a pessoas, coletividades e instituições por informação errada ou inadequada a circunstâncias sensíveis.

Perante o exposto e a partir do estudo de caso, pode-se inferir que o jornalista pode, no exercício de sua profissão contribuir com a educação em direitos humanos e assim, com a mudança social.

Considerações Finais

Segundo Traquina (2005), o trabalho jornalístico é altamente condicionado, mas o autor reconhece que o jornalismo por conta da sua autonomia relativa, tem poder, consequentemente quem na atividade atua também tem poder. A afirmação corrobora com a análise sobre o trabalho realizado pela Ascom da DPE-TO quando na construção do material alusivo a Mediação em Conflitos, no qual foi mostrado ser possível aliar jornalismo e educação em direitos humanos na promoção do conhecimento.

Ao usar o tema Mediação como exemplo de um processo educacional do jornalismo, a intenção foi referendar a mudança de postura do jornalista, que ao efetuar

tal atividade utilizou linguagem jurídica de forma mais clara, educativa, pensando não somente em despejar conteúdos, mas sim mostrar a lei, que é acessível a todos para entendimento, e ainda ir além, se colocar no lugar do outro, perceber a necessidade de se reinventar, de pensar a melhor abordagem, os melhores conteúdos, fotografias, personagens.

Em tempos de modernidade líquida há de se analisar com mais frequência o trabalho jornalístico que é realizado, o que pretende atingir, o público-alvo e como essas pessoas podem receptionar e reter as informações. Os profissionais precisam se reinventar, buscar a criatividade, observar, buscar formas diferentes para atração das informações produzidas. Como ressalta BAUMAN (2003) a instantaneidade, ou seja, a anulação da resistência do espaço e liquefação da materialidade dos objetos faz com que cada momento pareça ter capacidade infinita.

Educar não é papel tão somente do professor, outros profissionais podem se utilizar do processo educativo não formal, pensando na construção de um mundo mais justo, no exercer de uma atividade com responsabilidade e compromisso com o que se faz.

Ao analisar todo o trabalho feito, percebe-se a sutileza no usar das palavras, no envolvimento de todos que participaram, as fotografias mais parecem situações reais e não simulações, o texto é envolvente e prende o leitor no caminho a conhecer a Defensoria Pública e o que de fato é a Mediação em conflitos.

O fato do jornalista ter se aprofundado no tema em questão, ajuda-o a ter mais compreensão do todo, e com isso habilidade na escrita, como destaca Medina (1982), ao dizer que consciente do papel de intermediário, tradutor de linguagens específicas e comunicador responsável em levar os conteúdos a maior audiência possível, a postura e o comportamento mudam.

Ser jornalista, não é fechar-se em si mesmo, pelo contrário, é abrir-se, estar conectado com as constantes mudanças do mundo, é não pensar tão somente na produção de textos e na maior divulgação do assessorado. É ser consciente do papel social de inculcar, criticar, averiguar, pesquisar, investigar, e não se acomodar em produção de materiais superficiais, apenas para cumprir tarefas, ao se arriscar a ser diferente, se enveredar pelo caminho da responsabilidade social da profissão, pensar no próximo e perceber as lacunas, o jornalista reforça a participação também na atuação estratégica, avaliando mais que produzindo, e não sendo apenas um escritor, mas um condutor para o caminho da aprendizagem.

Referências

ANADEP. **Ensinar, Prevenir, Conciliar:** Defensores Públicos pela garantia extrajudicial dos direitos, Brasília, DF, 2012.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil.** Brasília: Senado Federal, 1988.

_____. Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República. **Educação em Direitos Humanos:** Diretrizes Nacionais – Brasília: Coordenação Geral de Educação em SDH/PR, Direitos Humanos, Secretaria Nacional de Promoção e Defesa dos Direitos Humanos, 2013.

_____. Lei n 13.140, de 26 de junho de 2015.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida.** Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

FREIRE, Paulo. **Conscientização: teoria e prática da libertação.** Uma introdução ao pensamento de Paulo Freire. Tradução de Kátia de Mello e Silva. São Paulo: Moraes, 1980.

LAGE, Nilson. Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas. Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, v..1, n.1 p.20-25, jan.-jul., 2014.
<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/6080/3724>. Acesso em 20 mar.2016.

MEDINA, Cremilda. **Profissão jornalista: Responsabilidade social**, 1. Ed., Rio de Janeiro, Editora Cortez, 1982.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos: jornalismo e cotidiano do senso comum ao senso crítico.** Rio de Janeiro: Revan, 2007

MOUFFE, Chantal. Democracia, cidadania e a questão do pluralismo. Política e Sociedade: **Revista de Sociologia Política**, Florianópolis, UFSC, v.1, n.3, 2003.

PEREIRA, Fábio Henrique. **Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão.** Lisboa: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2004a. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabioresponsabilidade-jornalista.pdf>> Acesso em: 21 mar. 2016.

PERUZZO.C. Comunicação Comunitária e Educação para a Cidadania. Disponível em : <

<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm> . Acesso em 05 mar.2016.

ROSENBLATT, Ana *et al.*. **Manual de Mediação para a Defensoria Pública**, Brasília, DF, CEAD/ENAM, 2014.

SILVA, Flavia Martins André da. **Poderes basilares da Administração Pública** - Artigo 37 da Constituição Federal. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/2636/Poderes-basilares-da-Administracao-Publica-Artigo-37-da-Constituicao-Federal>. >. Acesso em 02 jan. 2016

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** – porque as notícias são como são. 2. Ed. Florianópolis: Insular, 2005. (Volume I).

O Jornalismo e a Educação para o Trânsito: a influência do jornalismo na democratização da responsabilidade no trânsito

Wédila Souza Aires Jácome¹

Introdução

A modernidade marcou significativamente o destino das cidades e com ela vieram os inúmeros benefícios que, aparentemente, facilitam o cotidiano das pessoas. Mas, atrelada a essa tecnologia, surge a aceleração da vida e, conseqüentemente, os problemas sociais. Nesse sentido, Bauman (2009) destaca que os elegantes modelos de vida urbana, construídos com a ajuda de contraposições nítidas, podem proporcionar muitas satisfações aos construtores de teorias, mas na prática não servem de muita coisa para os planejadores urbanos, e menos ainda para os habitantes que enfrentam os desafios da vida na cidade.

O Trânsito é exemplo emblemático desses desafios urbanos e implica na necessidade da construção recorrente de mecanismos de defesa e conscientização social com o objetivo claro de proteção à vida. Os problemas são encabeçados pelas crescentes exigências quanto à segurança, eficiência e rapidez de deslocamento – que dificultam o planejamento do espaço físico, principalmente urbano

¹ Graduada em Comunicação Social/Jornalismo. Pós-graduanda em Ensino de Comunicação/Jornalismo: Temas Contemporâneos pelo Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE) da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: wedilaires@gmail.com.

(GADRET, 1969) – e se estendem à área da saúde, da seguridade social e econômica.

Nessa perspectiva, esse trabalho discute a educação para o trânsito atrelada ao jornalismo, com o objetivo de combater esses problemas agravados por fatores como o elevado número de veículos, gerado pela falta de qualidade e investimento no transporte público, a utilização de bebidas e substâncias psicotrópicas por motoristas, falta de infraestrutura e sinalização adequada, irresponsabilidade por parte dos motoristas aos indivíduos que compõem o trânsito, velocidade excessiva, falta de ações eficientes de fiscalização. Investiga, ainda, sobre a influência dos meios de comunicação para promover uma democratização da responsabilidade social no trânsito.

Pois, para enfrentar o desafio e combater os fatores de forma adequada, uma vez que as perdas individuais, sociais e econômicas são elevadas e constituem alto preço para a sociedade, urge a necessidade que o tema segurança no trânsito entre na lista de prioridade dos “decisores”, formadores de opinião², daqueles que têm a capacidade de interferir, a partir daquilo que publica ou omite, agendando o que será pensado e refletido pela sociedade como um todo.

Assim, esse trabalho propõe conduzir a uma reflexão a respeito da importância e do desempenho do jornalismo relativo ao seu papel de educar o indivíduo para boas práticas no trânsito. As quais, na visão de Ortega e Humanes (2001), são capazes de estabelecer um horizonte de referências culturais e de modificar a estrutura da pauta por meio da construção de uma realidade, que vai além da representação, com abordagens diferenciadas que promovam uma conscientização na mente do leitor, telespectador ou ouvinte.

Democratização da Responsabilidade Social no Trânsito é possível?

Em seu livro *A Mídia e a Modernidade*, Thompson (2008, p. 227) enfatiza que, “poucos duvidam de que os vários meios de comunicação tenham desempenhado e continuarão desempenhando um papel crucial na formação de um sentido de responsabilidade pelo nosso destino coletivo”.

Os meios de comunicação, de acordo com Thompson (2008, p.227), ajudam a “pôr em movimento uma certa ‘democratização da responsabilidade’, no sentido de que a preocupação por outros [indivíduos] distantes se torna cada vez entranhada na vida cotidiana de mais e mais indivíduos”.

Daí a preocupação com o papel do jornalismo como fomentador de novas práticas, especificamente no que tange à educação para o trânsito; é necessário avaliar se há a real cobertura dos acidentes de trânsito, enquanto problema social e se há uma preocupação dos veículos em trazer para o espectador informações que os eduquem e o conscientizem, cumprindo, assim as quatro funções básicas que têm sido convencionalmente atribuídas aos meios de comunicação de massa: informar, divertir, persuadir e ensinar (BRAGA; CALAZANS, 2001).

Entretanto, no caminho inverso, os jornais publicam diariamente episódios chocantes de acidentes de trânsito, banalizando o tema e, assim, criando na população um efeito anestésico impedindo o receptor de visualizar a real dimensão desses fatos, que de acordo com Vasconcelos (2005), defende estar “atingindo proporções de epidemia”, visto que poucos problemas atuais atingem o patamar de gravidade enfrentado pelo trânsito, no Brasil. Talvez isso se dê, pelo fato de que a maioria dos noticiários não traz uma abordagem com a real dimensão do problema.

É notório que os meios de comunicação de massa são importantes formadores de opinião e possuem um papel fundamental de transformação social, tanto no que tange ao processo de divulgação do que é essencial à vida cotidiana, quanto a sua relação de poder na mediação e interação com a sociedade, promovendo práticas culturais. Entretanto, não se pode afirmar que tal influencia persuasiva seja uma regra, atingindo indiscriminadamente a maneira de agir, pensar, se comportar e opinar de toda a sociedade (WOLF, 2003).

A persuasão dos destinatários é um objetivo possível, sob a condição de que a forma e a organização da mensagem sejam adequadas aos fatores pessoais que o destinatário ativa na interpretação da própria mensagem: em outra palavra, as mensagens da mídia contêm características particulares do estímulo, que interagem de maneira diferente com os traços específicos da personalidade dos membros que compõem o público (WOLF, 2003, p.18).

Para que ocorra a democratização da responsabilidade defendida por Thompson (2008), é fundamental que o jornalismo fuja das narrativas sem diferencial, sem poder de gerar reflexão e mudanças de comportamento, e assuma seu papel social e criativo, como agente transformador, orientando, conscientizando e educando.

O trânsito é um assunto trágico e cotidiano, talvez seja essa a grande dificuldade dos jornalistas em olhar para o tema e fazer uma abordagem diferenciada, que toque o coração do receptor, promovendo a reflexão. Pois, na maioria, o assunto é tratado de forma irresponsável e leviana, jogando total responsabilidade dos acidentes para fatores externos, tirando o foco do fator humano.

Para que as pessoas mudem seus comportamentos no trânsito, é imprescindível que a grande imprensa tire o

foco da tragédia e volte-se para a conscientização de boas práticas no trânsito, promovendo assim a segurança do indivíduo, seja condutor, pedestre ou ciclista. “Humanizando os fatos brutos e promovendo a sua compreensão como dramas e tragédias humanas” (MOTTA, 2007, p. 160). E essa tentativa de humanizar o relato jornalístico provoca reações na população, que é impelida a orientar-se na direção proposta pelo jornalista.

Por isso, torna-se imperativo o engajamento do jornalismo na promoção da responsabilidade coletiva no trânsito. Uma vez que, o discurso jornalístico é capaz de apropriar de narrativa para produzir efeitos de sentido, que gerem respostas para um trânsito mais seguro, uma vez que os acidentes viários constituem elevado ônus para a sociedade como um todo, conforme aponta o relatório divulgado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), em 2003.

O Trânsito e suas complicações econômicas e sociais

Não é novidade que o Brasil é um dos recordistas mundiais em acidentes viários. E isso se dá não apenas pelos números absolutos, mas pelo elevado número de acidentes envolvendo pessoas e veículos em circulação, demonstrando a alta periculosidade do trânsito no país. Uma violência causada por ações multifatoriais de elementos culturais, econômicos, sociais e políticos.

Em sua percepção, Silva (2010) destaca que, no Brasil, o fenômeno automóvel encontrou planos urbanísticos inadequados para o seu uso, vias com precária manutenção e despreparo dos usuários que não estão sendo devidamente preparados para a utilização conveniente do veículo. Tais fatores, aliados a uma legislação carente de atualização e aplicação, formação de condutores ineficiente, falta de vontade política, má aplicação dos recursos e o “desconhecimento por parte da população sobre a gravidade

do tema trouxeram ao País danos irreparáveis e prejuízos incalculáveis” (SILVA, 2010, p. 167).

Analisando o Retrato da Segurança Viária, no Brasil (2014), divulgado pelo Observatório Nacional de Segurança Viária (ONSV), constata-se que o número de mortos no trânsito em território brasileiro é maior do que o quantitativo de mortes decorrente de conflitos armados. O trânsito é 9ª causa de óbitos no mundo e pode alcançar a 7ª posição em 2034.

Ainda de acordo com o ONSV, só em 2012, no trânsito brasileiro foram 177,4 mil feridos, sendo 45,7 mil vítimas fatais, o que representa um óbito a cada 12 minutos. A título de comparação, na Guerra do Iraque morreram cerca de 37 mil pessoas em 8 anos².

Esses números de acidentes refletem diretamente na economia do país. Um levantamento feito pela Organização Nacional de Saúde mostra que são gastos no atendimento aos sequelados no trânsito mais de 3% do Produto Interno Bruto Mundial, chegando a 5% nos países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil. Além do que é possível calcular, estão os custos referentes à perda de produção associada à morte e à interrupção temporária das atividades laborais, como ainda reparo de veículos acidentados, danos à propriedade pública e privada, remoção de veículos, processos judiciais, e a lista é longa.

Sem dúvidas o trânsito é um dos vilões do desenvolvimento humano e econômico, influenciado principalmente pela precariedade do transporte público brasileiro, o que incentiva ainda mais a utilização do carro e

² Frente a esse cenário, em 2010, com o intuito de chamar atenção do mundo para esse problema e estimular os países a reverter o cenário, a Organização das Nações Unidas (ONU) criou a *Década da Ação pela Segurança no Trânsito (2011/2020)*. Desde então, relevantes iniciativas vêm sendo desenvolvidas por diversas nações com o objetivo de reduzir em 50% o número de óbitos devido a acidentes de trânsito e salvar 5 milhões de vidas. (AMBEV; ONSV, 2014).

o conseqüentemente aumento no volume do tráfego, o que favorece a ocorrência dos acidentes de trânsito.

Mais importante que os impactos econômicos, os acidentes de trânsito, também, trazem impactos sociais e humano, que afetam diretamente a saúde emocional da vítima e de seus familiares. Muitas dessas pessoas envolvidas direta ou indiretamente irão precisar de intervenção psicológica, visando ressignificar o que a experiência traumática lhe causou acerca da vida, reaprendendo a viver após a dor ³. O conhecimento e estudos desses dados e de suas conseqüências são de fundamental importância para nortear as políticas públicas e as ações de educação para o trânsito.

Por sua alta periculosidade, o trânsito é objeto de estudos de profissionais de diversas áreas de atuação do conhecimento. E para Silva (2010) e Vasconcelos (1985), os acidentes de trânsito não são uma mera fatalidade, portanto, nem deveria receber o nome de acidente, pois os fatores que contribuem para a sua ocorrência são decorrentes do comportamento humano, que em sua maioria poderiam ser facilmente evitados.

Pinheiro (2006) afirma que os fatores humanos são tanto de pedestres como de condutores de veículos, e essas falhas humanas também são evidenciadas na mecânica, na deficiência na conservação de veículos; nas condições ambientais climáticas; nas condições físicas das vias; nas sinalizações inadequadas e na falta de políticas públicas voltadas ao assunto. “Diversos estudos evidenciam a necessidade da implementação de ações educativas para o trânsito, considerando-se que o comportamento humano é apontado como fator determinante dos acidentes de trânsito”(PINHEIROS, 2006, p. 9.199).

³ Em seu trabalho Camila ZIMMERMANN (2008) analisa fatores relacionados ao acidente de trânsito na perspectiva das vítimas

De acordo com o ONSV (ANO)⁴, 90% dos acidentes ocorrem por falhas humanas, que vão desde a desatenção do condutor ou pedestre até ao desrespeito à legislação. E isso pode ser percebido no excesso de velocidade, uso de celular, falta de equipamentos de segurança como cinto de segurança e capacete. Para a entidade de segurança viária, 5% dos acidentes estão associados ao fator via, como estradas mal sinalizada, mal projetadas ou sem manutenção, fatores que podem induzir aos acidentes. Os outros 5% têm motivação a falhas no veículo, mas como a manutenção é de responsabilidade do condutor, até mesmo as falhas dos veículos podem estar relacionadas ao fator humano (ONSV, 2015).

Para poder compreender o porquê dos números epidêmicos é preciso olhar para o trânsito como um fenômeno social - que ele é - capaz de se transformar em um campo de batalha, responsável pelo genocídio em vias públicas. Uma vez que seres humanos acabam refletindo na direção de um veículo o que são fora dele, extravasam o humor, a intolerância e até a agressividade e a falta de respeito ao outro.

O Trânsito é uma disputa pelo espaço físico, que reflete uma disputa pelo tempo e pelo acesso aos equipamentos urbanos, é uma negociação permanente de espaço, coletiva e conflituosa. E essa negociação, dadas as características de nossa sociedade, não se dá entre pessoas iguais; a disputa pelo espaço tem uma base ideológica e política, depende de como as pessoas se veem na sociedade e de seu acesso real ao poder (VASCONCELOS, 1985, p. 19).

⁴ O Observatório Nacional de Segurança Viária (ONSV) é uma organização não governamental, sem fins lucrativos, dedicada a desenvolver ações que resultem na diminuição dos índices de acidentes de trânsito.

Devido a essa realidade, o trânsito e suas problemáticas têm sido motivo de preocupação e de uma busca incansável por soluções para o enfrentamento dos desafios, tanto por parte do poder público, quanto da sociedade, de profissionais e de pesquisadores do assunto. Nesse sentido, um dos consensos entre os envolvidos é de que a educação para o trânsito precisa configurar como instrumento que contribua de forma efetiva para a transformação deste cenário instalado.

Entretanto, no Brasil, as campanhas educativas veiculadas pela mídia e por outros meios são com pouca ou nenhuma efetividade, por serem, na sua maioria, com temas genéricos que não provocam impacto emocional. Um outro problema, da educação para o trânsito no país, são campanhas sem continuidade, monitoramento e avaliação de eficácia. Ferraz (2012) lembra que para que as ações de educação para trânsito tenham eficácia é preciso promover mudanças no comportamento e na atitude das pessoas, visando reduzir a acidentalidade.

Para que a educação para a segurança o trânsito seja eficiente conseguindo, assim, frear esse cenário de epidemia, ações fazem necessárias, como inclusão do tema na grade curricular com aulas teóricas e práticas desde o ensino infantil até a universidade, aperfeiçoamento no processo de formação de novos condutores, formação continuada para os condutores, com reciclagem e tratamento psicológico de condutores que envolvem em acidente, além das campanhas educativas (FERRAZ, 2012). Silva (2010), por sua vez, apresenta o envolvimento da mídia como possível políticas públicas para o enfrentamento da problemática.

Pois, não obstante, o jornalismo pode preencher essa lacuna de falta de efetividade nas ações de educação para o trânsito, pois tem um papel fundamental na divulgação de informações, formação de opinião e mudanças de comportamento da coletividade, de maneira a proporcionar

uma nova cultura de conscientização, democratizando assim a responsabilidade de todos por um trânsito mais seguro.

Ciente dessa possibilidade, muitos países que se comprometeram com *Década da Ação pela Segurança no Trânsito* (2011 - 2010), criada pela Organização das Nações Unidas (ONU), têm promovido concursos jornalísticos, como forma de despertar nos profissionais e acadêmicos em jornalismo a necessidade/possibilidade de exercerem o seu papel social, colaborando de forma efetiva no processo de fortalecimento de novas práticas que promovam a paz no trânsito.

Mas, o quem vem a ser o papel social do Jornalismo?

Essa pergunta vem sendo discutida há anos, por profissionais da área, professores, acadêmicos, pesquisadores e sociólogos, e nas últimas décadas com maior intensidade devido as grandes mudanças que o fazer jornalismo vem passando e devido a aceleração e aumento no fluxo da informação. E essa discussão se fundamenta nos questionamentos sobre as verdades das atividades do jornalismo, o qual não pode ter unicamente como papel apresentar fatos, pautados pela ética e pela verdade, mas cabe ir além da captação da informação, atuando como agente transformador da sociedade ao sensibilizar e criar alternativas de modificações do contexto social (PINTO, 2010).

Na análise de Paiva (2008), nesse horizonte de grandes mudanças começa a surgir uma nova perspectiva de estruturas comunicacionais voltada para a real e efetiva preocupação com a condição e a qualidade de vida das populações, compromissada com processos de educação capazes de propiciar o efetivo desenvolvimento da população, “de maneira a ficar ciente e capacitada para refletir sobre os problemas que a cercam, bem como sobre

as múltiplas possibilidades de solução” (PAIVA, 2008, p. 174).

Esse pensar e repensar sobre o real papel do jornalismo junto à comunidade são fundamentais para refletir também sobre o papel dos Meios de Comunicação de Massa e para poder formar profissionais jornalistas conscientes do seu papel de agente transformador, gerador e influenciador para promoção de uma cultura de responsabilidade social.

Embora, a mídia exerça profunda influência “na formação do pensamento político e social” (THOMPSON, 2001, p. 15), em outro plano parece ainda estar uma boa parcela dos jornalistas que “relativiza o seu papel nesse processo de influência” (PACCOLA, 2004, p. 3) Para Paccola (2004) é como se alguns jornalistas restringissem a sua ação ao simples relato dos fatos, demonstrando uma atrofia de suas percepções do mundo, como se a suas compreensões não causassem efeito no produto final, a notícia, que para essa parcela de profissionais é vista como simples mercadoria.

Não é possível pensar um jornalista como profissional meramente técnico, pautado pelo enquadramento esquemático da realidade. Somma Neto (2008) afirma que romper com esse paradigma significa não aceitar mais a condição de sofisma da imparcialidade, porque para o autor não há jornalismo imparcial, e o jornalista deve se posicionar com mediador das trocas simbólicas, como produtor de sentidos.

Esse mito da objetividade e imparcialidade cai por terra, diante das inúmeras escolhas que o jornalista precisa fazer dentro da redação, que vai desde a definição da pauta, como os critérios de abordagem dos assuntos, e diante os vários prismas que a notícia percorre até a sua veiculação no jornal. “Ao escrever, cada palavra é uma decisão, cada informação, uma decisão, cada orientação, decisão. Durante

todo o tempo da sua atividade diária, o jornalista toma decisões” (DINES, 1986, p. 120).

Ao tomar várias decisões todos os dias dentro da redação, a posição de poder de influência do jornalista pesa de alguma forma no produto final do seu trabalho, por mais que ele esteja submetido à lógica alienante dentro de uma empresa. E, uma vez que, se os veículos não estão cumprindo a tarefa importante que têm para na construção da democratização da responsabilidade social, os jornalistas conscientes do seu papel social têm o poder de influenciar na proposição de valores, de padrões de comportamento, de modelos de vida e o fazem isso por meio das histórias que contam, das notícias que elegem, dos personagens que tecem (FAXINA, 2006)

Thompson (2001, p. 21) também traz um conceito defendido por Bourdieu (1989): “No exercício do poder, os indivíduos empregam os recursos que lhe são disponíveis; recursos são os meios que lhe possibilitam alcançar efetivamente seus objetivos”.

O jornalismo tem o poder de influenciar escolhas que aparentemente aparentam ser sem consequências, mas impregna opiniões ao transmitir conteúdos simbólicos que ajudam a romper com paradigmas e a transformar comportamentos humanos. Mas, para isso, é necessário que o jornalista esteja revestido do seu papel social, para que os indivíduos tenham informações de qualidade que os auxiliem nas tomadas de decisões.

Em relação à educação para o trânsito é imprescindível que tanto os veículos de comunicação quanto os jornalistas enfatizem o caráter educativo aos fatos noticiados diariamente sobre o trânsito, deixando de lado o sensacionalismo e demonstrando maior preocupação em contribuir com uma mudança do comportamento coletivo.

Entretanto, contrapondo a isso, a realidade do jornalismo, no Brasil, em sua grande parte, apenas retrata as tragédias, sensacionalizando os fatos, sem refletir sobre suas

causas e consequências ou discutir formas de conter o problema. O que acaba gerando uma tendência de culpabilização da vítima ou do poder público por parte dos jornalistas.

A Andi Comunicação e Direitos realizou um diagnóstico sobre a cobertura dedicada a imprensa brasileira sobre o tema trânsito. O levantamento constatou que 18% das matérias publicadas são puramente factuais, 54,8% são contextuais simples, trazendo poucas informações adicionais, 15,9% contextuais-explicativas, com um conjunto abrangente de informações, 9,6% avaliativas e apenas 1,4% propositivas⁵.

Os dados reforçam a percepção de que os jornais costumam priorizar a cobertura de acidentes, além de repercutirem factualmente e superficialmente o lançamento de campanhas ou novas medidas na área de segurança no trânsito. As narrativas acabam não investindo de forma consistente no monitoramento dos resultados e da efetividade de políticas de prevenção e enfrentamento ao problema.

Diante desse diagnóstico, a Agência de Notícias Andi e a Organização Pan-Americana da Saúde vêm desenvolvendo a capacitação de jornalistas, em várias cidades brasileiras, principalmente nas quais os números de acidentes são recordistas, para que por meio de exposições de especialista da área da saúde e segurança viária possam agregar qualidade às matérias jornalísticas sobre o trânsito. O intuito é conscientizar o profissional para uma cobertura jornalística mais eficiente sobre o trânsito, capaz de formar opiniões e conscientizar a ponto de promover mudanças de comportamento pela segurança viária.

⁵ A pesquisa monitorou 15 jornais diários brasileiros - 10 regionais e quatro nacionais - durante seis meses, de 1ª de dezembro de 2011 até 31 de maio de 2012. Para o levantamento foram analisados quatro diários de circulação nacional e, numa abordagem regional, dois jornais de Tocantins, quatro de Mato Grosso do Sul e quatro de Minas Gerais.

Considerações Finais

Considerando a complexidade do tema é imperativo a continuidade de pesquisas e discussões sobre o papel social do jornalismo, como mecanismo de efetivação de uma mudança de cultura e comportamento no trânsito.

Essa abordagem teórica e reflexiva se deu por considerar o papel das práticas jornalísticas presentes no cotidiano social um dos fatores determinantes do comportamento da sociedade. Visto que é de conhecimento comum que as mediações presentes nos processos comunicacionais na vida cotidiana, configuram-se como ações articuladoras de novas práticas sociais e fomentadoras de novas atitudes.

É importante ressaltar, que muitas vezes, os benefícios dessas medidas de intervenção jornalística na educação para o trânsito do indivíduo não são sentidos ou percebidos de imediato ou em curto prazo, até porque transformar esse cenário de epidemia é um processo não de meses, mas de anos. Nesse caminhar, cabe ao jornalismo unir esforços em conjunto com a sociedade e o poder público para a redução da violência no trânsito.

Entretanto, é salutar que o empoderamento do jornalista a respeito do seu papel social aconteça com urgência. Só assim, as narrativas jornalísticas sobre o trânsito terão abordagens mais críticas, capazes de orientar, conscientizar, educar para um trânsito mais humanizado e seguro.

REFERÊNCIAS

ANDI, Comunicação e Direitos. **A Mídia e a Segurança no Trânsito: uma Radiografia da Cobertura de 15 Diários Brasileiros.** Disponível em: <http://www.andi.org.br/inclusao-e->

[sustentabilidade/publicacao/a-midia-e-a-seguranca-no-transito-uma-radiografia-da-cobertura](#). Acesso em: 22 abr. 2016.

AMBEV; ONSV; FALCONI. **Retrato da segurança viária no Brasil**. Brasília: Pix Comunicação, 2014. Disponível em <http://iris.onsv.org.br/portaldados/downloads/retrato2014.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2016.

BAUMAN, Zygmunt. **Confiança e medo na cidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Maria Regina Zamith. **Comunicação e educação: questões delicadas na interface**. São Paulo: hacker, 2001.

DINES, Alberto. **O papel do jornal**. São Paulo, Summus Editorial, 1986.

FAXINA, Elson. **Do herói ao sujeito: os desafios do jornalismo**. In: CASTRO, Alexandre, LIMA, Marcelo, BARREIROS, Tomás. *Jornalismo: reflexões, experiências, ensino*, Curitiba: Pós-Escrito, 2006.

GADRET, H. J. **Trânsito, superfunção urbana**. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 1969. 217 p.

IPEA; ANTP. **Impactos sociais e econômicos dos acidentes de trânsito nas aglomerações urbanas brasileiras: relatório executivo**. Brasília, DF: IPEA/ANTP, 2003. 45p. Disponível em: <http://www.criancasegura.com.br/downloads/pesquisa/Relatorio%203.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2016.

MEDINA, Cremilda. **Profissão jornalista: responsabilidade social.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise pragmática da narrativa jornalística.** In: LAGO, Cláudia e BENETTI, Marcia. Metodologia da pesquisa em jornalismo. Vozes, 2007. p. 143-167.

ONSV. **90% dos acidentes são causados por falhas humana, alerta Observatório.** Publicado em 15/07/2015. Disponível em: <http://www.onsv.org.br/ver/-811>. Acessado em 12 jun. de 2016.

ORTEGA, Felix; HUMANES, Maria Luisa. **Algo más que periodistas - sociología de una profesión.** Barcelona (Espanha): Editora Ariel, 2000.

PACCOLA, Carina. **O papel dos jornalistas e a democracia.** Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/60400664661852641982750161524254583930.pdf>. Acessado em: 22 de junho de 2016.

PAIVA, Raquel. O Campo da Comunicação no Brasil. In: MELO, José Marques. **O campo da comunicação no Brasil.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

PINHEIRO, Ana Lúcia da Fonseca Bragança et al. **Educação para o trânsito e responsabilidade social.** In: Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ensino de Engenharia, Passo Fundo/RS. 2006.

PINTO, Frei Isaías. **O Papel do Jornalismo na Transformação da Sociedade.** Publicado em

07/04/2010. Disponível em:
<http://jornalesp.com/doc/19075>. Acesso em 21 abr.
2016.

SILVA, Rosana Maria Matos; RODRÍGUEZ, Tomás Daniel Menéndez; PEREIRA, Wilma Suely Batista. **Os acidentes de trânsito em Porto Velho: uma epidemia que afeta o desenvolvimento regional.** Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, v. 5, n. 2, p. 163-185, 2010.

SOMMA NETO, João. **Hiperprodução no telejornalismo: uma questão ética e técnica.** In: CASTRO, Alexandre, LIMA, Marcelo, BARREIROS, Tomás. Jornalismo: reflexões, experiências, ensino, Curitiba: Pós-Escrito, 2006.

TAPIA GRANADOS, José A. **La reducción del tráfico de automóviles: una política urgente de promoción de la salud.** Revista Panamericana de Salud Publica, n. 3, 1998, p 137-151.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade.** Petrópolis: Vozes, 2008.

VASCONCELOS, E. A. **O que é trânsito?** São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. **A cidade, o trânsito e o transporte.** São Paulo: Prolivros, 2005.

ZIMMERMANN, Camila. Monografia: **O lado oculto dos acidentes de trânsito,** 2008. Disponível em:
<http://newpsi.bvs->

psi.org.br/tcc/CamilaZimmermann.pdf. Acesso em:
21 abr. de 2016.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

Educomunicação como política pública

Isabelle Oliveira Bento Silva¹

Introdução

A união dos campos da Comunicação e da Educação se firmou como um novo campo do saber. A educomunicação se apresenta como uma alternativa de promover transformações e mudanças sociais. O presente artigo propõe analisar a educomunicação como política pública nas escolas, unindo a educação e a comunicação, como ferramenta de transformação social.

A comunicação, inter-relacionada com a educação, deve ser percebida como um instrumento capaz de batalhar pelo direito à fala dos menos favorecidos e de habilitar os indivíduos para o exercício da cidadania (AZEVEDO, 2016), através do uso de meios massivos, pelas crianças e adolescentes, sendo eles próprios produtores do que é veiculado.

A ampliação dos direitos de cidadania, possibilitados pela educomunicação está condicionada ao uso democrático dos meios de comunicação social. E, através desse trabalho apontar a educomunicação como um elemento de fundamental importância para a construção de mecanismos de libertação, aprendizagem, conhecimento, discernimento e exercício da própria cidadania. Esta que vai além da noção do seu próprio conceito, em que Peruzzo (2001) define como a garantia da proteção legal, no sentido de que todos

¹ Graduada em Comunicação Social/Jornalismo. Pós-graduanda em Ensino de Comunicação/Jornalismo: Temas Contemporâneos pelo Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE) da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: isabellebentosilva@gmail.com.

são iguais perante a lei; o direito de ir e vir; direito de votar e ser votado e direito de expressão.

Azevedo (2016) propõe a educomunicação como um incentivo à habilidade criativa do aluno e um estímulo à participação e à integração das diversas disciplinas. A partir do momento que a educomunicação for entendida como elemento propiciador de experiências transformadoras e relevantes, a transformação não só poderá acontecer no universo escolar, mas também no universo social, ressignificando relações e ambientes. Além disso, por meio de uma reflexão mais profunda de alguns conceitos, trabalhamos questões que envolvem todo o ecossistema educacional. Como por exemplo, o significado de Soares (1999) para educomunicação, em que o autor a define como um campo de intervenção social em que há ações comunicativas em espaços educativos, que objetiva desenvolver ecossistemas comunicativos. Ou Schaun (2001), que recorrendo à Baccega (2000) define separadamente e faz ligação como campo da “Comunicação/Educação”.

Analisamos como a educomunicação pode possibilitar aos participantes desse novo campo do saber, olhar, ouvir e gostar de si próprio. A partir do momento que produzirem e se apropriarem de todas as fases de produção da informação, nos seus próprios meios de comunicação poderão historiar, tornar conhecida e valorizar, a cultura local. Assim, os estudantes – apre(e)ndem como funcionam os meios de comunicação, analisando o universo da tecnologia e das mídias com outros olhos (LIMA, 2016).

Analisamos a possibilidade da união educacional oferece principalmente às crianças e também aos adolescentes, uma educação que atenda às necessidades que o mundo atual as impõe. Ou seja, promovendo a cidadania, na medida em que favoreça a circulação do conhecimento, cada vez mais influenciado pelo avanço acelerado de novas tecnologias. E, também, a possibilidade de formar pessoas que compreendam e

dominem os sistemas de produção de informação e, conseqüentemente, estejam mais bem preparadas para atuarem na vida em sociedade.

Para tanto, segundo Soares ; Próspero (2016), a Educomunicação se mostra a partir de um conceito orientador de caráter sócio-político-educacional a partir da interface Comunicação/Educação. Os autores explicam que essa premissa possibilita um diálogo permanente, entre os que buscam dar respostas às questões vitais anunciadas e descritas nas diretrizes propostas pelo poder público, quanto às “experiências escolares” inovadoras e multidisciplinares, previstas na reforma do ensino básico em nosso país. Soares (2016, p.8) ressalta ainda que no campo da política, “a Resolução do CNE aponta para o reconhecimento dos direitos e deveres concernentes à prática da cidadania, entre os quais estão o direito à expressão comunicativa, previsto no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA)”. Nesse contexto, o presente artigo discorre sobre como práticas exitosas como no Rio de Janeiro evidenciam a prática da educomunicação como política pública capaz de promover transformação social.

O conceito de Educomunicação e sua inserção como Política Pública

O conceito Educomunicação foi empregado pela primeira vez, em 1999, para designar o conjunto das ações voltadas ao planejamento, desenvolvimento de ecossistemas comunicativos abertos e democráticos nos espaços educativos, mediante projetos de intervenção social mediados pelas linguagens da comunicação, tendo como meta a promoção do direito de expressão e o pleno exercício da cidadania (SOARES, 1999). Anteriormente, o termo era usado esporadicamente, por organizações como a Unesco, para identificar ações relativas a procedimentos voltados a educar frente ao impacto dos meios de comunicação.

A inter-relação entre a educação e a comunicação estabelece um novo modelo transversal de discurso, estruturado de uma forma que Soares (1999) chama de processual, mediática, transdisciplinar e interdiscursiva, sendo praticado pela sociedade participante, em áreas concretas de intervenção social. As possíveis materializações dessa inter-relação estão em quatro áreas distintas, definidas pelo autor como:

A área da educação para a comunicação, que produz reflexões sobre a relação entre os dois lados da ação comunicativa, como também, na área educacional, pelos programas de formação de receptores independentes frente aos meios;

·A área da mediação tecnológica compõe reflexões sobre a presença e as diversas utilidades das tecnologias da informação na educação;

·A área da gestão comunicativa cria ecossistemas educativos através das ações destinadas para planejar, executar e avaliar planos, programas e projetos de intervenção social no campo da inter-relação Comunicação/Cultura/Educação;

·A área da reflexão epistemológica tem projetos de pesquisa destinados para a compreensão e a legitimação da educomunicação, assim como todos os programas de investigação a respeito dos caminhos que compõe a inter-relação (SOARES,1999, p 5 e 6).

Para atuar nessas áreas, Soares (1999) aponta os educadores como profissionais que apresentam capacidade para colocar uma série de atividades em prática, que o autor exemplifica como elaboração de análises sobre o campo da inter-relação Educação/Comunicação; coordenação de práticas e gestões de procedimentos, convertidos em políticas públicas; assessoramento de educadores para a devida utilização dos recursos da comunicação ou na promoção da maior inserção das

tecnologias, essas sendo usadas pelos participantes desse processo educativo como instrumento de expressão de ideias; implementação de programas de “educação pelo e para os meios” e reflexão sobre o novo campo.

O Ministério da Educação identificou nesse campo uma possibilidade de inserção de meios usados pela informação na educação, como forma de expressão e de produção cultural, que possibilite a formação de autênticos ecossistemas comunicativos para a participação da comunidade de ensino, não apenas como recursos didáticos, que chama de “tecnologias educativas” ou como item de estudo, que chama de “leitura crítica dos meios”.

Partindo das Diretrizes Curriculares Nacionais, tanto para o ensino fundamental quanto para o ensino médio, elaboradas ao longo das últimas duas décadas, Soares ; Próspero (2016) apontam os elementos identificados como fundamentos indispensáveis para nova proposta: a “ética”, a “política” e a “estética”. Com foco no elemento “política”, destacamos como a Resolução do CNE descreve o item: o reconhecimento dos direitos e deveres concernentes à prática da cidadania, entre os quais está o direito à expressão comunicativa, previsto no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Nesse contexto, em suas análises, os autores destacam as metas da Resolução CNE/CEB no. 7, de 14 de dezembro de 2010.

É necessário, por exemplo, que a escola contribua para transformar os alunos em consumidores críticos dos produtos midiáticos (meta número 1), ao mesmo tempo em que passem a usar os recursos tecnológicos como instrumentos relevantes no processo de aprendizagem (meta número 2). É dessa criticidade do olhar e da criatividade no uso dos recursos midiáticos que pode surgir uma nova aliança entre o aluno e o professor (meta número 3), favorecida justamente pelo diálogo que a produção

cultural na escola é capaz de propiciar. (SOARES; PRÓSPERO, 2016, p. 9).

Os autores destacam ainda a quarta meta apontada pela resolução, que é reconhecer o estudante como participante e corresponsável por seu ensino. Sendo visto como sujeito que deve ter o direito de expressar-se numa ‘sociedade plural’. Soares ; Próspero (2016) elencam ainda as demais seis metas descritas no documento. A cinco é nomeada pelos autores como “meta educ comunicativa”, que se traduz na inserção da comunicação como eixo transversal a todo o processo educativo; “é preciso que se ofereça aos professores formação adequada para o uso das tecnologias da informação e comunicação (meta 6); seja assegurada a provisão de recursos midiáticos atualizados e em número suficiente para os alunos” (meta 7); “promover a ampliação de tempos, espaços e oportunidades educativas (meta 8); “habilita os sistemas de ensino a contratar outros especialistas com formação universitária e, em especial, com licenciatura voltada para a área específica da Educomunicação” (meta 9); “as escolas deverão formular o projeto político-pedagógico, por meio de processos participativos relacionados à gestão” (meta 10).

Educomunicação: a teoria na prática

A partir da análise do conceito de educomunicação e como essa inter-relação entre a educação e a comunicação já se apresenta como política pública, no Brasil, destacam-se nesse artigo dois trabalhos com esse campo do saber em escolas públicas do Rio de Janeiro, realizado pela Multirio - Empresa Municipal de Múltiplos Meios, da Prefeitura do Rio de Janeiro, criada por Lei Municipal em outubro de 1993. Segundo o relatório ‘Projetos de Educação, Comunicação & Participação: Perspectivas para Políticas Públicas’, a Multirio

trabalha a chamada convergência de mídias, procurando explorar o potencial das diferentes linguagens.

Mais do que colocar produtos didático-pedagógicos em diferentes formatos, essa ideia consiste em desenvolver um novo modelo de produção que favoreça o diálogo entre os diferentes suportes. Para os produtos agrupados sob o guarda-chuva Nós da Escola, por exemplo, adota-se, um tema do mês, como “Avaliação”. Enquanto a TV mostra como ocorrem os processos de avaliação na escola com entrevistas, imagens e dramatização, o website Nós da Escola abre espaço para um debate com professores e, na revista de tiragem mensal, especialistas aprofundam conceitos ligados ao tema. A versão eletrônica do Nós da Escola procura divulgar uma agenda de eventos da rede, bem como experiências bem sucedidas que vão de projetos da Secretaria Municipal de Educação a ações de iniciativa de professores e alunos.

Uma das atividades realizadas pela MultiRio é “Professores e Alunos: de Consumidores a Produtores de Mídia”. O relatório Projetos de Educação, Comunicação & Participação: Perspectivas para Políticas Públicas detalha que, no ano de 2003, cerca de 300 professores de Salas de Leitura das escolas públicas municipais do Rio de Janeiro participaram de oficinas de mídia. “Em aulas práticas e teóricas, eles aprenderam a criar rádios escolares, vídeos, jornais e blogs e também a elaborar projetos. O resultado foram cerca de 100 trabalhos que realizaram em suas escolas, com seus alunos” (ROSSETTI; VASCONCELLOS; SAYAD, 2016, p.113).

Para o autor do relatório, ao aproximar os alunos da mídia, não apenas como usuários, mas como produtores, as oficinas de mídia contribuíram não só para o enriquecimento das atividades pedagógicas da rede de ensino pública, como para tornar esses alunos leitores críticos daquilo que lhes é oferecido nos veículos de comunicação.

Esse modelo de educomunicação pode ser uma forma de favorecer a mudança do quadro atual da radiodifusão e de som e imagem, em que são apresentados para as crianças brasileiras programas que falam e mostram gente de uma cultura bem diferente e distante da que elas fazem parte (LIMA, 2016). A autora explica que não é só isso, hoje, os programas educam de uma maneira que considera negativa, pois fazem com que as crianças e jovens que os assistem, fiquem “admirados, entorpecidos até, para se tornarem presa fácil, suscetível de comando” (LIMA, 2016, 2), quadro esse já imposto, mas que acreditamos não ser completamente aceito pela sociedade. Percebemos que a mudança em questão é possível, quando observamos o que foi trabalhado nesse modelo implantado no Rio de Janeiro.

Entendemos que é possível a implementação dessa inter-relação da Educação e a Comunicação a fim de favorecer transformações sociais, através da contribuição para a compreensão de que o rádio é um veículo de comunicação capaz de desenvolver trabalhos educacionais dentro da escola; de investimento na formação de crianças e jovens para que consigam comunicar em linguagem mais acessíveis e próxima de assuntos ligados à cultura, saúde, educação e política; do desenvolvimento de habilidades e tendências comunicacionais dos alunos; do incentivo a crianças e adolescentes para produzirem cultura; do exercício da comunicação oral, aperfeiçoando a objetividade e clareza de exposição do pensamento; da valorização da convivência e do trabalho em grupo em harmonia, sabendo respeitar as diferenças, graus de saber e ritmos de aprendizagem de cada um.

A partir de um trabalho de pesquisa de campo, na cidade do Rio de Janeiro, com coleta de dados e informações do que é a educomunicação na prática. Verificar todo o universo em torno da rádio-escola, como é o trabalho do novo profissional da educomunicação – o educador, como estão sendo desenvolvidas as habilidades e tendências

comunicacionais dos participantes, o reconhecimento das crianças e adolescentes como produtores de cultura e a integração deles aos meios de comunicação. Além disso, apontamos quais os resultados mais expressivos que a nova intervenção social está promovendo na comunidade escolar onde o rádio está inserido.

A pesquisa foi realizada nas escolas municipais da cidade do Rio de Janeiro: E.M. Manoel de Abreu e E.M. Otávio Kelly, em 2001. Na E.M. Manoel de Abreu constatou o trabalho desenvolvido com os alunos de 1ª a 4ª série e classe especial. A escola pode ser caracterizada como um espaço educativo que produz programas radiofônicos semanais, os quais vão ao ar todas as segundas-feiras, nos turnos matutino e vespertino.

Nessa pesquisa de campo, identificamos que a professora da sala de leitura, das duas escolas estudadas pelo presente projeto, Cristina Dias, participou das oficinas “Professores e Alunos: de Consumidores a Produtores de Mídia” oferecidas pela Multirio. E, assim, pôde colaborar no desenvolvimento de todo um trabalho para que a rádio “Professora Luzinete” e a “Papo Irado” fossem ao ar. A partir de tudo que aprendeu, junto com o corpo docente foi criado o Projeto Político Pedagógico “Alô, alô Manoel de Abreu! Escreveu, leu... aconteceu!”. Nesse projeto são definidos temas trimestrais, divididos em subtemas, para cada semana, que vão nortear o programa. Por exemplo, nos últimos três meses de 2004 o tema escolhido foi “Valores: um resgate de consciência”; o primeiro subtema ficou definido como “solidariedade”; a semana do dia 25 de outubro teve como subtema “violência e paz”; e na semana do dia 08 de novembro foi “honestidade e força de vontade”.

No programa sobre “solidariedade” a escola promoveu uma campanha de arrecadação de alimentos para o Hospital do INCA (Instituto Nacional do Câncer). O de “violência e paz” estimulou a pesquisa tanto para os alunos

que elaboraram o roteiro, já que eles acharam na revista Época uma reportagem sobre o assunto, como para os demais estudantes que viram os cartazes espalhados pela escola com a pergunta “você sabe o que é o bullying?”, só respondida durante o programa. Sobre “honestidade e força de vontade”, contou a história de uma aluna da turma que elaborou o programa, em que conta o porquê devolveu para o dono um celular que havia achado na rua.

Através desse tema maior é possível perceber que o rádio, tendo não só como ouvintes, mas também como criadores e produtores os próprios alunos, é capaz de colaborar para que transformações sociais aconteçam não só no que se refere à educação, além de promover o resgate de valores que às vezes se encontram perdidos na consciência dos indivíduos, e conseqüentemente de crianças e adolescentes. O objetivo desse trabalho conjunto do Projeto Político Pedagógico com a rádio, na Manoel de Abreu, é formar cidadãos alfabetizados em mídia que saibam ver, ouvir e ler criticamente os veículos de comunicação presentes “em nossas vidas a todo o momento”.

O trabalho com os temas é semelhante na E. M. Otávio Kelly. Além de questões e valores trabalhados pela escola, são levadas em consideração também datas comemorativas que se encontram na semana do programa (a elaboração dele ainda está com a equipe fixa da rádio que com o auxílio da professora Cristina, faz o roteiro). Por exemplo, a rádio vai ao ar quinzenalmente às terças-feiras, então a escola definiu para o programa do dia 09 de novembro o tema “Aceitando as Diferenças”, já que a semana de Conscientização da Cultura Negra e o dia de Zumbi dos Palmares são comemorados nesse período e uma das diferenças mais discriminadas na sociedade atual é a cor da pele.

A partir de oficinas que trabalharam várias ações acerca da prática radiofônica, como impostação de voz e leitura, a professora Cristina pôde selecionar 10 alunos para

compõem a equipe da rádio, cinco em cada turno. Assim, com o seu auxílio, esses alunos faziam o roteiro e a locução do programa e eles próprios o colocavam no ar – o mesmo acontece, hoje, na Otávio Kelly. Em 2004, de acordo com a coordenadora pedagógica da Manoel de Abreu, Sofia Lucia Quintanilha, a escola tentou “ousar mais”. Os temas passaram a ser separados trimestralmente e a responsabilidade pela elaboração do roteiro do programa ficou com as turmas, começando dos alunos maiores para os menores. Até a classe especial (crianças com necessidades especiais) compartilha da preparação do programa, com suas limitações e com uma participação muito maior do professor.

A turma que fica responsável pela elaboração do programa já trabalha o tema na semana anterior à da veiculação e, na sexta-feira, entrega o roteiro pronto para que a equipe fixa de alunos da rádio possa ler e treinar durante o fim de semana, já que são eles que fazem a locução. Os estudantes levam materiais, pesquisam sobre o assunto, escolhem as músicas e organizam o texto junto com a professora durante essa semana. Por exemplo, uma parte do programa é a “Hora do conto”, em que lê alguns contos e as crianças decidem qual será radiofonizado. O programa da rádio Professora Luzinete com o tema “Força de vontade e honestidade” exemplificou a participação dos alunos na escolha da música “Tente outra vez”, de Raul Seixas. “Essa música já existe há anos, mas os nossos alunos não ouvem. Da boquinha deles só sai funk e pagode; é um repertório bem limitado”. (DIAS 2004, entrevista).

A justificativa para a seleção da música, segundo Dias (2004), é a de que a mídia influencia na vida dos alunos, sendo eles apreciadores do que se transmite na TV, tendo em vista que a música “Tente outra vez” é o fundo musical de um anúncio da TV Globo. DIAS (2004) acredita que o professor pode fazer dessa influência uma aliada, por exemplo, lendo e analisando com os alunos a letra da música.

Assim, os alunos vão perceber que outro ritmo também é interessante. “Acho que o objetivo é esse: mostrar a esses alunos que eles podem ver e ouvir outras coisas, com um outro olhar. Aceitar, mas criticar, vê se eles gostam ou não gostam, porque está sendo usado aquilo ali naquele momento” (DIAS, 2004, entrevista).

Isso remete à primeira das quatro áreas em que a inter-relação Comunicação/Educação se materializa: a educação para a comunicação. Esse postulado se constitui de reflexões sobre a postura de crianças e adolescentes no que se refere aos meios de comunicação. Ou seja, motivá-los a avaliar criticamente o que estão vendo, ouvindo e lendo, para saber se é isso mesmo que eles querem ver, ouvir e ler.

Moran (2016) explica que ler é perceber e julgar, é descobrir as representações da realidade. E ao mesmo tempo colocar essas ideias numa certa “visão de totalidade”. Segundo o autor, a dificuldade de analisar criticamente se deve à necessidade de estar por dentro de tudo que acontece no mundo, através de jornais e telejornais sem conseguir encaixar as informações dentro dessa “visão de totalidade”.

Essa falta de visão contribui para que esses dados permaneçam soltos, não interligados e, por isso, não aproveitados, sendo esquecidos imediatamente. A forma de relação que os Meios estabelecem com o público facilita essa desintegração de dados (...) (MORAN, 2004, p. 13).

A mídia já está fazendo parte do Projeto Político Pedagógico da E. M. Manoel de Abreu há algum tempo e é possível perceber que o segundo postulado, “a área da mediação tecnológica”, também vem sendo trabalhado. Criado em 1997, o primeiro projeto, “Alô!Alô Manoel de Abreu se liga escola” , tinha o objetivo de ‘antenas’ as crianças para as coisas que aconteciam no mundo, para que a escola abandonasse o velho dever de ser só transmissora de conhecimento. “A gente queria que o aluno estivesse

ligado nas coisas de televisão, jornal, e falasse, conversasse com a gente sobre o que ele estava vendo” (DIAS, 2004).

A escola iniciou as atividades midiáticas com o projeto “Zé Zuca e a Rádio Maluca”. No ano seguinte, a TV entrou no universo escolar da Manoel de Abreu com a fita “Formação do telespectador”, que continha 17 programas. Cada um deles propunha um exercício para o aluno fazer vendo televisão em casa.

A gente trabalhou assim: eles viam o programa na televisão, a programação, aí eles chegavam na escola e a gente conversava com eles e analisava. Porque também não adianta ficar criticando o programa que passa na televisão se você não trabalha isso com eles (DIAS, 2004, entrevista).

Depois, houve um trabalho com jornal (foram produzidos dois jornais), música, revista e a escola promoveu uma “mini bienal”. Em cinco anos de trabalho com a mídia, segundo Cristina, o colégio precisava mudar, porque já tinha esgotado o tema. Mas será que para os receptores não há mais o que aprender sobre como entender, analisar e criticar os meios de comunicação? Pesquisando sobre esse universo nas duas escolas entender que não. Porque o fluxo de informações, de acontecimentos no mundo atual é muito grande. Isso exige que o indivíduo esteja em contato constante com o que possa lhes fornecer essas informações. Pode-se inferir que os meios de comunicação são uma dessas fontes. Como McLuhan (1974) já apontava há alguns anos:

Os novos meios ultra-rápidos de comunicação a grande distância – rádio, telefone, televisão – estão a ponto de ligar o mundo inteiro numa ampla rede de circuitos elétricos, suscitando uma nova dimensão do engajamento do indivíduo face aos

acontecimentos (MCLUHAN, 1974 apud LIMA, 1974, p. 24).

Essa situação exige que a escola seja um espaço inovador, onde possa cumprir o papel da educação no mundo subdesenvolvido sem reproduzir práticas históricas realizadas pelo mundo desenvolvido. Cabe à educação “exercitar a imaginação para a busca de soluções inteiramente novas”. Porque “toda situação clássica é uma ameaça ao arranco para o desenvolvimento” (LIMA, 1974, p.24).

Após trabalhar com os alunos os principais meios de comunicação, surgiu a ideia da rádio na escola, que só se concretizou dois anos mais tarde. Segundo Cristina, a chegada do veículo deu início a tarefas pedagógicas que levantavam questões, como, por exemplo, trabalhar essa linguagem e o que é essa linguagem radiofônica, como apresentar a proposta para o professor e como fazer o professor integrar o currículo dele à matéria, ao conceito e ao conteúdo que tem que lecionar.

No caso da E. M. Manoel de Abreu, a mudança começou no desenvolvimento de planejamentos e projetos para a escola que incluíam os programas da rádio “Professora Luzinete”. O Projeto Político Pedagógico da escola é o “Alô!Alô Manoel de Abreu! Escreveu, leu... aconteceu!”, nele a escola define trimestralmente um grande tema (o último de 2004 é “Valores: um resgate de consciência”) que é subdividido em vários subtemas para cada programa semanal, como já foi mencionado anteriormente. Para avaliar os resultados desse trabalho acontece quinzenalmente o centro de estudos. É uma espécie de reunião de professores para planejar e analisar o material vindo da secretaria. Sofia Lucia explica que todos os educadores têm o planejamento semanal das suas aulas e o planejamento geral da escola. Tudo é visto. Desde o que vai ser feito no período e o que vai ser trabalhado até o próximo

centro de estudos. Além da análise de todo o material da rádio, os professores falam sobre o que cada um acha que está faltando ou deve ser acrescentado. “O momento é de sentar e planejar. Tanto as ações pedagógicas na sala de aula quanto esse material extra classe” (QUINTANILHA, 2004, em entrevista).

Todo esse processo vai ao encontro ao terceiro postulado de materialização da educomunicação: a área da gestão comunicativa. Essas atividades desenvolvidas pelos educadores produzem “ecossistemas educativos” a partir das práticas direcionadas ao planejamento, execução e avaliação de planos, programas e projetos de intervenção social no campo da educomunicação, o que caracteriza essa área.

Considerações Finais

A Educomunicação pode ser uma grande aliada no ensino-aprendizagem do aluno na escola, além de uma alternativa para a construção do saber de forma mais criativa, alegre e dinâmica. Compete à escola aproveitar as potencialidades desse campo do saber, promover o conhecimento das linguagens que norteiam a era da informação e desenvolver, ainda, o espírito crítico do aluno, para que possa deixar de ser um mero expectador e tornar-se participante da mídia.

A rádio escola - exemplo apresentado neste artigo - pode favorecer, por meio de um contato maior com o rádio, a formação para o exercício da cidadania de seus participantes, criando sujeitos capazes de pensar, criar e se expressar. A presença desse veículo na escola pode desenvolver competências e habilidades, como: leitura, escrita, pesquisa, responsabilidade, atenção, solidariedade, espírito de equipe, iniciativa própria e desinibição.

Segundo Lima (1974) o modelo tradicional de escola utiliza de metodologia que não é atraente e provoca “desgosto” na aprendizagem. Freire (1970), por sua vez,

elucidava o uso das técnicas de persuasão e manipulação no setor chamado “meios de comunicação de massa”. Segundo a Multirio, é por outras razões, que a prática da *educomunicação* pode oferecer novas estratégias educacionais aos alunos e professores para viverem na sociedade da informação e do conhecimento, convivendo e interagindo com múltiplas linguagens tecnológicas. A própria Multirio (s/d) traz o exemplo que traduz e ratifica as observações evidenciadas por Lima (1974) e Freire (1970): professores da Prefeitura do Rio de Janeiro estão constatando que as práticas educacionais, por meio do rádio, são ferramentas não só para compartilhar informações ou notícias com a comunidade escolar ou auxiliar os docentes na transmissão de conhecimento aos estudantes, mas principalmente estão transformando a escola em um ambiente mais atrativo e emponderando-os a desenvolverem uma postura crítica frente aos meios de comunicação de massa e a sua realidade.

Essa participação ativa do aluno mostra como ele estará mobilizado e engajado na aprendizagem, porque sem essa participação ativa, segundo Lima (1974), não há ensino possível. Para o autor, não é suficiente encher as pessoas de informações, sendo elas mero ouvintes e receptores.

Para Barbero (2000), a escola não possui mais a exclusividade de espaço de legitimação do saber. De acordo com o autor, já há inúmeros saberes em meio a tantos canais, ‘difusos’ e ‘descentralizados’. Essa diversificação e difusão do saber, fora do ambiente escolar, para Barbero (2000), é um dos desafios mais fortes que o mundo da comunicação apresenta ao sistema educacional.

Acreditamos que o processo da Educomunicação como política pública nas escolas irá contribuir para formação de cidadãos. Esses que atualmente pedem, segundo Barbero (2000), ao sistema educativo que o capacite a ter acesso à multiplicidade de escritas, linguagens e discursos nos quais se produzem as decisões que o afetam, seja no campo de trabalho como no âmbito familiar, político

e econômico. O autor explica que nessa perspectiva o cidadão deveria poder distinguir entre um telejornal independente e confiável e um outro que seja mero porta-voz de um partido ou de um grupo econômico, entre uma telenovela que esteja ligada ao seu país, inovando na linguagem e nos temas e uma telenovela repetitiva e simplória. Mas para que tenhamos cidadãos formados com essa leitura de mundo, como afirma Barbero (2000), precisamos de instituições de ensino que traduzam a aprendizagem em escolhas, distinção e renovação de conceitos a respeito de política, família, cultura e sexualidade.

Por tudo isso, a escola pode se valer dessa atividade educadora como um grande aliado para construção do saber de forma mais criativa, alegre e dinâmica. Aproveitar, assim, as potencialidades do rádio, promovendo o conhecimento das linguagens usadas na era da informação. Essa atividade, a educação pode proporcionar aos alunos participantes um espírito crítico frente aos meios de comunicação e fazer com que eles deixem de ser apenas ouvintes e passem a ser produtores e participantes desta mídia, contribuindo para a formação destes no exercício da cidadania e formando pessoas capazes de pensar, criar e se expressar de forma coerente e criativa.

Referências

AZEVEDO, Adriana. **Escola e Comunicação: o rádio como instrumento de cidadania**. Disponível em: <http://www.andi.org.br/documento/escola-e-comunicacao-o-radio-como-instrumento-de-cidadania>. Acesso em 04 abr. 2016.

BACCEGA, Maria Aparecida. *As linguagens da comunicação*. São Paulo: Senac, 2000.

BARBERO, Jesus Martín. **Desafios Culturais da comunicação à educação.** In: Comunicação & Educação, São Paulo, [18] 51 a 61, maio/ago. 2000

DIAS, Cristina. Informações concedidas em entrevistas, nos dias 25 e 28 de outubro e 03, 08, 09 de novembro. Pavuna, RJ. 2004.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro. Paz e Terra. 1970.

LIMA, Grácia Lopes. **Comunicação/Educação: A atualidade do tema.** Disponível em: http://portalgens.com.br/baixararquivos/textos/comunicacao_educacao_a_atualidade_do_tema.pdf. Acesso em 17 fev. 2016.

LIMA, Lauro de Oliveira. **Mutações em educação segundo Mc Luhan.** Petrópolis – RJ. Vozes, 7ª edição - 1974.

MCLUHAN, Marshall. **Visão, som e fúria.** In: LIMA, Luiz Costa. Teoria da cultura de massa. Paz e Terra. 1986.

MORAN, José Manoel. **Os meios de comunicação na escola.** Disponível em: http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/c_ideias_09_021_a_028.pdf. Acesso em 05 abr. 2016.

. **Educação, Comunicação e Meios de Comunicação.** Disponível em: http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/c_ideias_09_013_a_017.pdf. Acesso em: 05 abr. 2016.

Mudando sua Escola, Mudando sua Comunidade, Melhorando o Mundo! Sistematização da

Experiência em Educomunicação. Disponível em:
www.unicef.org/brazil/pt/br_educomunicacao.pdf.
Acesso em 29 fev. 2016.

QUINTANILHA, Sofia Lucia. **Informações concedidas em entrevista, nos dias 25 de outubro e 08 de novembro.** Pavuna, RJ. 2004

SCHAUN, Ângela. **Educomunicação: reflexões e princípios.** Rio de Janeiro, Mauad, 2002.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação e a formação de professores no século XXI.** Revista FGV Online, Ano 4 – Número 1 / Julho 2014.

_____. **Comunicação/Educação: a emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais.** Revista Contato, Brasília, DF, ano, v. 1, p. 19-74, 1999.

_____. **O perfil do educador.**
Disponível em:
<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/29.pdf>.
Acesso em 05 abr. 2016.

_____. **Mas, afinal, o que é educomunicação?**
Disponível em:
<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/27.pdf>.
Acesso em 05 abr. 2016.

_____. A Educomunicação, em diálogo com as tecnologias, na Educação Básica. **Comunicação & Educação**, Brasil, v. 20, n. 2, p. 7-14, oct. 2015. ISSN 0104-6829. Disponível em:

<<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/102310>>. Acesso em: 25 abr. 2016.

SOARES, Ismar de Oliveira; PRÓSPERO, Daniele. Manuais de Educomunicação: subsídios das organizações sociais e da política pública / *Educommunication manuals: allowances of social organizations and public policies*. **Comunicação & Educação**, Brasil, v. 19, n. 1, p. 127-137, apr. 2014. ISSN 0104-6829. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/78929/83000>>. Acesso em: 25 abr. 2016.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Comunicação comunitária e Educação para a cidadania**. In: Revista Fronteiras – estudos midiáticos. v.3.nº1, setembro de 2001, pp. 111-128.

ROSSETTI; VASCONCELLOS; SAYAD. Fernando; Patricia; Alexandre Le Voci. **Projetos de Educação, Comunicação & Participação: Perspectivas para Políticas Públicas**. Disponível em: http://www.unicef.org/brazil/pt/midia_escola.pdf. Acesso em 29 fev. 2016.

Outras fontes:

MULTIRIO. Disponível em: <www.multirio.rj.gov.br>. Acesso em 29 fev. 2016.

NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO Disponível em: <<http://www.usp.br/nce>>. Acesso em 29 fev. 2016.

Entrevistas

As informações dadas pelos integrantes da equipe da rádio “Professora Luzinete”, da E.M. Manoel de Abreu, foram concedidas em entrevista, no dia 08 de novembro de 2004.

As informações dadas pelos integrantes da equipe da rádio “Papo Irado”, da E.M. Otávio Kelly, foram concedidas em entrevista, no dia 03 de novembro de 2004.

A Percepção dos Educadores do Centro de Ensino Médio Dr. José Aluísio em Araguaína (TO) sobre o Processo de Militarização da Escola

Luciano Silva Gomes¹

Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior²

Introdução

As discussões acerca da qualidade da educação pública brasileira se renovam constantemente, principalmente quando se adentram em anos eleitorais. O desempenho das escolas mantidas pelo Estado é questionado pela sociedade diante dos diversos exames de

¹ Pós-graduando em Ensino de Comunicação/Jornalismo: Temas Contemporâneos pelo Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE) da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Oficial da Polícia Militar do Estado do Tocantins, Bacharel em Direito e em Segurança Pública. Especialista em Docência do Ensino Superior e Gestão Pública. Atualmente é Chefe da Coordenação Disciplinar e Comandante do Corpo de Alunos do Colégio da Polícia Militar de Araguaína. E-mail: asp.luciano2010@hotmail.com.

² Pós-doutorando em Jornalismo e Sociedade (FAC-UnB). Bolsista de Produtividade em Pesquisa UFT. Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), mestre em Educação pela Faculdade de Educação (UnB) e graduado em Comunicação Social/Jornalismo (ULBRA) e Pedagogia (UnB). Coordena o Núcleo de Pesquisa e Extensão e Grupo Lattes Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE-UFT).

avaliação em que os resultados pedagógicos dessas escolas estão muito aquém das unidades de ensino privadas.

Não bastassem esses maus resultados, as escolas públicas, principalmente as da periferia, tem sido palco de atos violentos e criminosos. Professores e servidores tem seu patrimônio depredado, são agredidos e até mesmo mortos por alunos insatisfeitos com seu desempenho; tráfico de drogas dentro ou nas proximidades da escola é realidade comum; casos de depredação são constantes; falta profissionais para acompanhamento familiar, social e até mesmo psicológico de estudantes em situação de vulnerabilidade, isso só para citar alguns problemas.

Diante dessa conjuntura, para muitos gestores, os colégios militares emergem como opção para solucionar o quadro instalado pela ineficiência dos serviços públicos ofertados. Cada vez mais estados da Federação têm adotado a medida, repassando a administração e gestão de escolas para a Polícia Militar ou Corpo de Bombeiros Militares. O jornalista Estêvão Bertoni (2015), da Folha de São Paulo, aponta que já existem mais de 93 instituições de ensino administradas pelas forças auxiliares: Goiás e Minas Gerais lideram o ranking com 26 e 24 escolas respectivamente.

No Estado do Tocantins a militarização de escolas públicas teve início em 2009. Atualmente 4 (quatro) escolas públicas, 3 (três) estaduais e 1 (uma) municipal são administradas por militares: 3 são geridas pela Polícia Militar e 1 pelo Corpo de Bombeiros Militar. Nesse contexto, os profissionais de educação (professores, coordenadores e orientadores) que já atuavam nestas escolas antes da militarização têm suas próprias avaliações e posicionamentos sobre o novo modelo.

Em Araguaína, o Centro de Ensino Médio Dr. José Aluísio da Silva Luz teve a sua administração repassada para a Polícia Militar, em janeiro de 2016 e, passou a se chamar Colégio da Polícia Militar – Unidade III. Os professores da instituição presenciaram a transição e o objetivo desse artigo

é avaliar a percepção dos mesmos sobre o processo e a nova dinâmica escolar adotada.

Do Centro de Ensino Médio Dr. José Aluísio da Silva Luz ao Colégio da Polícia Militar Unidade III

A criação de colégios militares, no Brasil, não é algo novo. Ainda no Império foi criada a primeira escola militar no Estado do Rio de Janeiro. De acordo com os estudos de Soares (2006, texto eletrônico):

O Colégio Militar do Rio de Janeiro foi um dos pioneiros na educação sistematizada leiga no Brasil, seguindo o padrão dos Colégios Militares europeus, dos quais herdou a forma de organização escolar, o conceito de qualidade de ensino de base positivista. (...)

O princípio assistencial dos primeiros tempos do Colégio Militar justifica-se pelo discurso de abrigo aos órfãos e os filhos dos inválidos da Guerra do Paraguai. Por este motivo o ensino deveria ter qualidade.

Vê-se que essas unidades de ensino foram criadas para dar melhores oportunidades aos dependentes daqueles que faleceram ou ficaram inválidos a serviço do país. Ocorre que, com o passar do tempo, ainda de acordo com Soares (2006), os colégios militares adquiriram prestígio diante da sociedade civil e o Exército Brasileiro passou a utilizá-lo também como instrumento de propaganda e estreitamento de laços com os civis, sendo abertas novas unidades pelo Brasil.

Seguindo a tendência da Força Federal, as forças auxiliares (Polícia Militar e Corpo de Bombeiros Militar) também criaram suas unidades de ensino para atender os dependentes dos militares estaduais com educação pautada nos valores militares básicos: a hierarquia e a disciplina.

Assim como o federal, o modelo estadual deu certo e abriu margem para que esses colégios também fossem utilizados pelas forças auxiliares como meio de propaganda e estreitamento de laços com a comunidade, principalmente as das periferias. Aos poucos, essas escolas deixaram de atender apenas dependentes de militares.

Localizado no Setor Coimbra, um bairro de periferia da cidade de Araguaína, a escola, objeto do presente estudo, foi inaugurada no dia 21 de março de 1998. De acordo com o Projeto Político Pedagógico (PPP), a escola foi criada inicialmente para atender crianças, jovens e adultos, ofertando ensino médio e fundamental nos três turnos. Posteriormente, conforme apontado no próprio PPP, a escola passou a ofertar apenas as séries do Ensino Médio (TOCANTINS, 2015).

Em 2015, quando atendia nos três turnos, a escola disponibilizava 1287 (um mil duzentos e oitenta e sete) vagas para a comunidade. Nela 32 (trinta e dois) professores atuavam diretamente, em sala de aula e 7 (sete) coordenadores exerciam a supervisão nas áreas pedagógicas, financeira e de projetos. Sendo 2 (duas) orientadoras educacionais acompanhavam as turmas e realizavam intervenções pedagógicas³. As rotinas escolares, em tudo, se assemelhavam às das demais escolas públicas da rede estadual.

Desde a sua criação a escola sempre procurou desenvolver suas ações de forma democrática, conforme previa a Apresentação do Projeto Político Pedagógico:

A escola procura desenvolver uma gestão participativa, incentivando e valorizando a participação dos órgãos colegiados, como Associação de Apoio à Escola, o Grêmio Estudantil e representantes de turmas e dos diversos segmentos

³ Informações repassadas pela Secretaria da Escola em 28 de Março de 2016.

nas tomadas de decisões e no cotidiano da escola, buscando definir coletivamente as prioridades, e a proposição de mecanismos que resultem em melhoria do processo ensino e aprendizagem. (TOCANTINS, 2015, texto eletrônico).

O trecho citado aponta para uma rotina organizacional bem definida e com a participação de todos os membros da comunidade escolar. Além de incentivar uma gestão democrática e participativa, a instituição visava à formação continuada dos profissionais da escola “em consonância com os desafios atuais”, através da execução dos planos de ação do Programa Ensino médio Inovador (Proemi) e outros programas desenvolvidos na escola.

Diante do exposto, surge o questionamento: por que militarizar a escola? Tal questionamento pode ter sido feito pelos profissionais de educação que atuavam na escola, ainda em 2015. Esses servidores têm suas próprias trajetórias escolares, profissionais e de vida, por isso, cada um fez sua própria avaliação das mudanças que aconteceram. E como esses servidores, que eram parte da escola, perceberam essas mudanças?

Por outro lado, o Sistema Colégio da Polícia Militar do Estado do Tocantins (CPMTO) foi criado pela Lei Complementar nº 83 de 4 de setembro de 2012, que estabeleceu que o CPMTO é órgão especial integrante da organização básica da PMTO. Em que pese haverem atualmente três unidades, o sistema é único.

Atualmente o CPMTO conta com três unidades de ensino. A unidade I oferta as séries finais do ensino fundamental. A unidade II oferece o ensino médio, em tempo integral, e integrado a cursos técnicos. As duas unidades estão localizadas na capital do estado e foram instaladas em 2009.

A terceira unidade foi criada ainda esse ano, na cidade de Araguaína, norte do Estado, após a assinatura do

Termo de Cooperação Técnica nº 008/2015 firmado entre Polícia Militar do Estado do Tocantins (PMTO) e Secretaria Estadual da Educação (Seduc). Na condição de concedente, a Seduc cedeu toda a infraestrutura do CEM Dr. José Aluísio, bem como,

responsabilizar-se pelos Recursos Humanos que atuarão nas funções de docência; setor pedagógico e setor administrativo e financeiro, em quantitativo e formação que atenda às necessidades e garanta a qualidade dos cursos ofertados, obedecendo às regras de lotação. (SEDUC, 2015, p. 04)

O processo de incorporação teve início em 2015, mas foi apenas no dia 04 de janeiro de 2016 que a direção e gestão da escola passou, definitivamente, para as gerências dos oficiais da Polícia Militar. A rotina dos alunos mudou drasticamente. Agora os horários de entrada antes das aulas são cumpridos rigorosamente. Antes das atividades as turmas são apresentadas aos professores pelo chefe de turma. O uso do uniforme passou a ser obrigatório.

Enfim, para os alunos muitas mudanças. Os estudantes que já estavam na escola tiveram prioridade de permanência. Os novos alunos ingressaram sem necessidade de processo seletivo, seguindo as regras de transferência automática estabelecidas pela Seduc. Para os professores também ocorreram mudanças na rotina diária. O cumprimento dos horários também é exigido deles. O conteúdo ministrado nas aulas é registrado pelos alunos, em uma ficha específica que o professor assina e o aluno marca o início e o término da aula, diariamente. Outras mudanças também ocorreram.

Após a militarização, a oferta de vagas diminuiu, pois o turno noturno deixou de ser letivo. Em virtude disso, o número de professores, coordenadores e orientadores também foi reduzido, conforme podemos ver no quadro abaixo:

Quadro 1 - Professores, coordenadores e orientadores do Centro de Ensino Médio Dr. José Aluísio da Silva Luz, 2016.

	CEM José Aluísio – 2015	CPM Unidade III - 2016
Vagas	1287	906
Professores	32	21
Coordenadores	7	6
Orientadores	2	1

Fonte: Elaborado pelo autor

Como se pode observar, a redução da quantidade de vagas ofertadas culminou na redução do quantitativo de professores, coordenadores e orientadores, conforme previsto nas normas de modulação e lotação de servidores nas unidades escolares (TOCANTINS, 2016).

Considerações acerca da Militarização de Escolas Públicas

Na introdução desse artigo apontamos que vários estados da federação têm aderido à política de militarizar unidades escolares, se destacando os casos de Minas Gerais e Goiás. Determinar os fatores que tem levado a militarização de escolas públicas e quais as consequências dessa medida, é tema que necessita de estudos mais profundos e complexos, não configurando objeto do presente estudo. Contudo, algumas considerações precisam ser levadas a termo.

A escola, enquanto instituição capaz de promover mudanças profundas, que visem à redução das desigualdades sociais, deve ser constantemente discutida pela sociedade organizada e pelo estado. Seu papel vai muito além de escolarizar. Ela tem um sentido de existir.

Mais do que um papel ou função na sociedade, a escola tem um sentido, sem o qual ela não se justifica. Como instituição de cultura, educação, saber, ensino e formação de seres humanos que também trabalham, ela abre possibilidades concretas de ampliação e aprofundamento de nossos horizontes culturais, de superação dos limites estreitos e pobres da vida familiar, do bairro, da cidade, do estado, do país (COELHO, 2012, p. 12).

Na missão de descobrir e desempenhar o seu verdadeiro papel, a escola deve procurar a aproximação com a comunidade, pois uma de suas principais missões é preparar seus discentes para a participação na vida pública, pensando no bem de todos. Essa atuação da escola nas periferias é deficiente em virtude de uma série de fatores sociais que dificultam a aproximação entre a escola e as famílias dos estudantes. Os casos de violência escolar são mais comuns nessas localidades, bem como os casos de indisciplina escolar.

Para Gomes (2015, texto eletrônico), a militarização tem sido adotada por se tratar de uma medida de baixo custo e por que alcança não apenas a escola, mas toda a comunidade em que ela esteja inserida. Para o autor a violência urbana e os atos de indisciplina escolar justificariam os processos de militarização de escolas públicas, principalmente nas periferias, pois além de administração escolar propriamente dita, a simples presença da polícia militar na região já inibe a prática de delitos.

Em 2015, os casos do professor agredido com uma enxada após dar uma “bronca” em um aluno na cidade de Pitangueiras (SP)⁴ e o da diretora que foi agredida com socos

⁴ Matéria disponível em: <http://g1.globo.com/sp/ribeirao-preto-franca/noticia/2015/08/aluno-agride-professor-com-enxada-apos-levar-bronca-em-sala-de-aula.html>. Acesso em: 14 fev 2016.

e golpes de caneta após suspender alunos que teriam explodido uma bomba na escola⁵ ganharam repercussão na mídia nacional. Educadores de todo o Brasil se inflamaram contra a falta de segurança dentro das escolas.

Por outro lado, educadores e estudiosos da área, em sua maioria, é contra a crescente onda de militarização, alegando que a padronização dos alunos através do uso de uniformes e prática de ordem unida, seria empecilho a formação de espírito crítico reflexivo dos alunos. Corroborando com esse pensamento, Vilar (2015) aponta que a preterição da educação, propriamente dita, pela característica da disciplina militar que ocorreria nessas unidades de ensino, é prejudicial ao processo ensino aprendizagem. Ao analisar uma das unidades do Colégio da Polícia Militar do Amazonas, a autora relata:

Na fachada da pequena unidade localizada na rua Japurá, zona centro-sul de Manaus, lê-se em letras colossais: “Disciplina, Honra e Educação”, nessa ordem. Esse é o lema das Escolas Militares da Polícia Militar, repetido como uma espécie de código secreto entre alunos e ex-alunos da instituição. O recado não poderia ser mais claro. Ali, a disciplina é o componente principal do ensino e as regras militares são tão comuns no dia a dia escolar quanto passar bilhete para o colega durante a aula de Matemática – o que, aliás, é proibido (VILAR, 2015, Texto Eletrônico).

A forma como as palavras foram ordenadas no lema, já denota, para a pesquisadora, que a escola amazonense considera mais importante a disciplina rígida do que o próprio processo de ensino e aprendizagem.

⁵ Matéria disponível em: <http://educacao.uol.com.br/noticias/2015/07/03/aluno-de-16-anos-agride-professora-com-socos-e-golpes-de-caneta-em-sergipe.htm>. Acesso em: 14 fev 2016..

Já para Tiba (2013, p.27) os educadores devem cuidar para não confundir autoritarismo com autoridade:

É essencial à educação saber estabelecer limites e valorizar a disciplina. E para isso é necessária a presença de uma autoridade saudável. E o segredo que diferencia o autoritarismo do comportamento de autoridade, adotado para que a outra pessoa se torne mais educada ou disciplinada, está no respeito à autoestima.

Para o autor, a disciplina deve permear as relações sociais estabelecidas na escola. O professor, enquanto gerenciador na construção do conhecimento deverá revestir-se de autoridade. Contudo, conforme Pereira (2004, Texto Eletrônico) “as escolas não tem sido capazes de atingir os objetivos por elas propostos, por não provocarem nos alunos as transformações comportamentais necessárias por meio das estratégias adotadas no ensino regular”. A disciplina por si só não é capaz de transformar, mas se constitui em importante instrumento.

A introdução dos valores militares de hierarquia e disciplina geram polêmicas entre os educadores, mas outros também são levantados. Algumas escolas cobram taxas de contribuição das famílias dos alunos. A maioria delas realiza processo seletivo para ingresso, fato bastante criticado. A obrigatoriedade do uso de uniformes também incomoda alguns.

Nesse contexto, os profissionais de educação, principalmente os professores, têm suas próprias opiniões e considerações. Os professores, coordenadores e orientadores do Colégio da Polícia Militar de Araguaína viveram esse processo de transição recentemente, então as suas percepções ainda permanecem latentes.

Análise e Discussão dos dados

Para investigar a percepção dos profissionais de educação sobre o processo de militarização do Centro de Ensino Médio Dr. José Aluísio, foi aplicado questionário com perguntas abertas e fechadas aos 27 servidores que permaneceram na instituição após a militarização da escola.

A elaboração dos quesitos tomou grande parte do tempo da pesquisa, pois foi necessário identificar os fatos e assuntos mais relevantes para elucidar, pelo menos parcialmente, a forma de como a transição foi sentida pelos servidores objeto de nosso estudo.

Inicialmente, vislumbrou-se a possibilidade de realizar a técnica de coleta de dados denominada entrevista, contudo, o pouco tempo disponível mudou os rumos da pesquisa e a aplicação de questionário veio para primeiro plano e acabou se mostrando eficiente, principalmente por garantir o anonimato, facilitar a tabulação dos dados e outros pontos positivos apontados por Chaer (2011, texto eletrônico). Considerou-se o anonimato fundamental, em virtude da pesquisa estar sendo realizada por um dos militares que assumiu funções de coordenação na escola. Uma coordenação específica para tratar de assuntos disciplinares.

O questionário foi disponibilizado através do envio de link⁶ no e-mail dos servidores que se pretendeu ouvir e elaborado através do Google Formulários. Todos os 28 servidores responderam ao questionário. Alguns não responderam todas as questões. De todos os servidores alvo do questionário, apenas 1 (um) não cumpre sua carga horária total no CPM. A informação é relevante, pois aponta que a

⁶ O questionário está disponível em: https://docs.google.com/forms/d/1gQABHBbrn7yJZ1KZw9d1YcHI-GEj1Rz1OCrDo-iE6AiU/edit?usp=forms_home&ths=true#responses.

maioria dos profissionais atua em dedicação integral à unidade de ensino, fato que facilita uma homogeneização das ações de planejamento pedagógico e disciplinares.

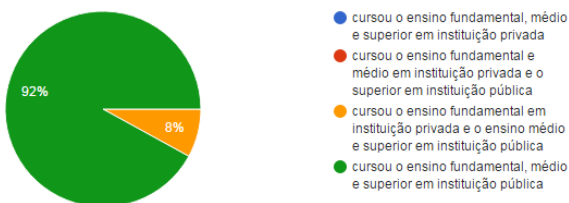
Para entender o perfil dos profissionais durante a sua trajetória escolar foram realizados questionamentos sobre em que tipos de instituição os mesmos haviam cursado o ensino fundamental, médio e superior. Avaliar esse caminho e descobrir se tiveram trajetórias escolares bem sucedidas, é fundamental para a análise do discurso subjetivo embutido em todas as questões por respondidas.

A maioria estudou em instituições públicas, em todos os níveis escolares, desde o ensino fundamental até chegar a universidade pública. Vejamos o gráfico:

Gráfico 1 Descrição da Trajetória escolar e instituição de ensino dos professores estudados, 2016.

Sobre sua Trajetória Escolar e as instituições em que cursou o ensino fundamental, médio e superior, assinale a que mais descreve sua vida estudantil e acadêmica

(25 responses)



Fonte: Elaborado pelo autor

A trajetória escolar nada mais é que o caminho percorrido pelo discente durante a sua vida estudantil e acadêmica. Nogueira (2006, texto eletrônico) ao avaliar a importância dos estudos das trajetórias escolares, esclarece que esses percursos podem ser caracterizados como bem ou mal sucedidos, dependendo de uma série de fatores, dentre

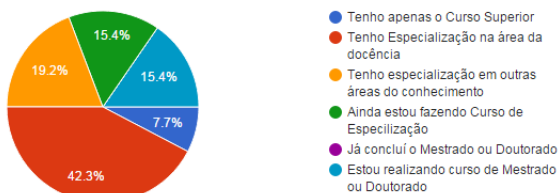
eles, as próprias dificuldades enfrentas e o prestígio dos cursos ou posições sociais que alcançam.

Dessa forma, pode-se notar que a maioria dos investigados, pelo menos em análise superficial, possui uma trajetória escolar bem sucedida, pois, mesmo estudando em escolas públicas, conseguiram ingressar e concluir o curso superior, em universidades públicas que são as mais concorridas.

No que se refere à formação acadêmica dos entrevistados, percebe-se que a maioria possui ou ainda está em fase de conclusão de, pelo menos, curso de especialização. Alguns profissionais já ingressaram no campo da pesquisa acadêmica em cursos de mestrado ou doutorado.

Gráfico 2 - Descrição da formação acadêmica dos professores e coordenadores estudados, 2016.

Ainda sobre sua formação acadêmica e cursos de pós graduação (26 responses)



Fonte: Elaborado pelo autor

A escolarização do profissionais que responderam ao questionário, juntamente com a característica de suas trajetórias escolares, podem apontar que a opção pela permanência no Colégio da Polícia Militar mostra o anseio por uma perspectiva positiva dos mesmos quanto ao processo de militarização. Na contramão da realidade brasileira, conforme apontado por Cristiane Capuchinho

(2014, texto eletrônico), os professores do CPM tem formação adequada, considerando que:

Em 2013, 21,5% dos professores brasileiros que davam aulas nos anos finais do ensino fundamental (6º ao 9º ano) não fizeram ensino superior. Dos profissionais em sala de aula nessa fase de ensino, 35,4% não são habilitados para dar aula -- ou seja, não fizeram licenciatura. Os dados são do Censo Escolar.

Outro dado importante mostra que 78,3% dos entrevistados ministra exclusivamente a disciplina para a qual tem formação acadêmica. As expectativas dos docentes sobre prováveis mudanças no processo ensino/aprendizagem decorrentes da militarização não se mostraram suficientes para motivá-los a deixar a escola apesar da mudança drástica.

Os profissionais desejam melhorias nos resultados alcançados pela escola nos exames de avaliação de ensino, uma vez que a escola ficou apenas em 6º lugar dentre as 10 escolas públicas da cidade de Araguaína, nos resultados do ENEM de 2014, que foram divulgados em 2015.⁷

As diferenças de desempenho de escolas pública e privadas no Enem são gritantes, muitos professores acreditam que, a militarização da unidade pode trazer benefícios na melhoria da gestão e administração.

Com o acréscimo de servidores militares, em funções disciplinares e de orientação educacional, o contato com a família e o acompanhamento dos alunos teria ficado mais eficiente. Corroborando o pensamento sobre o desempenho da rede pública e privada de ensino.

⁷ Resultado disponível em:

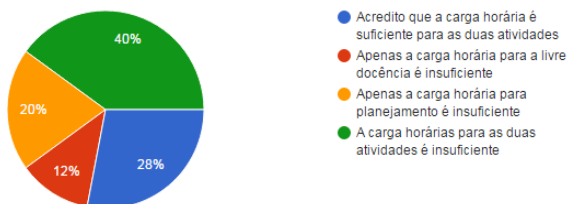
<http://especiais.g1.globo.com/educacao/enem/2014/enem-2014-medias-por-escola/>.

Se observarmos os resultados do ENEM vemos claramente a disparidade entre a rede pública e privada, uma vez que os resultados do exame citado denunciam, de alguma maneira, a falência das escolas da rede pública, pois entre as mil escolas do país com piores notas no ENEM de 2008, 965 são das redes estaduais. Na ponta de cima do ranking ocorre o inverso: os colégios estaduais são apenas 36 entre os mil com melhor desempenho. Ou seja, somente 3,6% embora 85% dos estudantes de nível médio no país frequentem estabelecimentos mantidos pelos governos estaduais (MONTEIRO, 2009, texto eletrônico).

Sobre essas perspectivas de melhorias e mudanças, observa-se que os profissionais da escola desejam mais tempo para a realização das atividades de planejamento e livre docência com vistas a dinamizar suas aulas e atividades pedagógicas.

Gráfico 3 - – Opinião dos entrevistados acerca dos horários para realização de livre docência e planejamento, 2016.

Sobre as atividades de livre docência e planejamento (25 responses)



Fonte: Elaborado pelo autor

Atualmente, os docentes contam com apenas 8 horas disponíveis para o planejamento e outras 8 horas para livre docência, totalizando 16 horas. As outras 24 horas são ministrando aulas. Apenas 28% dos entrevistados acreditam que a carga horária é suficiente para as duas atividades. Conhecedores que são das rotinas e vivências diárias das instituições públicas de ensino, os professores entendem que a condução de suas atividades sempre deverá ser precedida de planejamento prévio para maximizar o alcance dos conteúdos repassados a pluralidade de discentes.

Planejamento e estudos prévios na preparação das aulas, aliado a um bom ambiente de trabalho para ministrar as atividades, são fatores que podem influenciar a melhoria do desempenho do docente na transmissão do saber. Aliada ao controle disciplinar constante realizado pelos próprios professores e militares que atuam como orientadores disciplinares. Os alunos estão sempre sob supervisão, seja de professores, militares ou alunos de outras séries que atuam como fiscais.

De acordo com os militares, essa supervisão visa a fiscalizar as atitudes e posturas dos alunos e contribuir para sua formação integral dentro e fora da escola. Essa fiscalização exacerbada não atrapalharia a escola na consecução de um dos seus objetivos principais, que de acordo com o Regimento Interno da unidade, aprovado por aclamação por toda a comunidade escolar, seria:

dar ao aluno condições de aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a viver e conviver, aprender a ser, preocupando-se com a formação de valores, emoções e desenvolvimento de suas múltiplas inteligências, para o exercício pleno da cidadania. (TOCANTINS, p.7)

A participação dos professores e demais servidores da escola nesse processo de construção vai além das paredes da sala de aula, das questões ligadas aos conteúdos

ministrados e das vivências dentro do colégio. O próprio regimento escolar aponta que é obrigação dos professores e demais servidores manter a disciplina dentro e fora das salas de aula e da escola, sendo ainda obrigação dos mesmos informar aos escalões superiores qualquer fato envolvendo alunos da instituição dentro ou fora da escola.

Nessa perspectiva, tem-se então que o processo educacional está longe de se restringir aos muros da escola. Entretanto, em decorrência de uma série de fenômenos causados pela agitação e correria da vida pós-moderna, as instituições escolares e seus agentes têm arcado, quase que solitariamente, com essa função de educar.

A escola foi soterrada nos últimos 30 anos com uma série de ocupações que ela não dá conta – e não dará. Em uma sociedade em que os adultos passaram a se ausentar da convivência com as crianças, seja por conta do excesso de trabalho, da distância nas megalópoles ou da falta de paciência para conviver com aqueles que têm menos idade, a escola ficou soterrada de tarefas (...). Muitas vezes, o casal não consegue, com o tempo que dispõe, formar seus filhos e passa a tarefa para o professor, responsável por uma classe de 35 a 40 alunos, tendo que lidar com educação artística, religiosa, ecológica, sexual, para o trânsito, contra as drogas, português, matemática, história, biologia, língua estrangeira moderna, etc, etc, etc. A escola passou a ser vista como um espaço de salvação (CORTELLA, 2014, texto eletrônico).

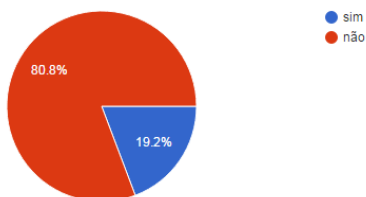
Além disso, outro fator que dificulta ainda mais a educação dentro das escolas e torna o trabalho do professor ainda mais claudicante é a vida sem limites que leva grande parte dos educandos, regida por uma classe considerável de pais culpados, os quais estão cada vez mais dispostos a não contrariar seus filhos, como forma de recompensá-los por sua pouca 'assiduidade' na vida deles.

A falta de imposição de limites no seio da família pode ser, dentre outros fatores, uma das causas da violência e indisciplina escolar. Para se ter uma ideia de como o fato é preocupante, na escola objeto desse estudo, a maioria dos entrevistados já sofreu algum tipo de violência, conforme se observa no gráfico 4:

Gráfico 4 - Descrição do quantitativo de entrevistados já sofreu violência oriunda de alunos, 2016.

Durante a sua trajetória profissional nesta unidade de ensino, já sofreu algum tipo de violência por parte dos alunos? Violência Física, ameaças, patrimônio depredado, etc.

(26 responses)



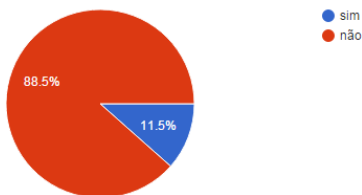
Fonte: Elaborado pelo autor

Os dados do gráfico 4 são preocupantes, pois a pergunta revela que a violência contra os profissionais de educação tem origem nos próprios alunos que, sem respeitar os limites de convivência social, desrespeitam o direito daqueles que trabalham a seu favor. Contudo, não era só dos alunos que os professores eram vítima de atos violentos, conforme se vê no gráfico 5.

Gráfico 5 - Descrição do quantitativo de entrevistados já sofreu violência oriunda de pais ou responsáveis por alunos, 2016.

Durante a sua trajetória profissional nesta unidade de ensino, já sofreu algum tipo de violência por parte dos pais ou responsáveis pelos alunos? Violência Física, verbal, ameaças, patrimônio depredado, etc.

(26 responses)



Fonte: Elaborado pelo autor

Quando os agentes da violência passam a ser os pais dos alunos ou os seus responsáveis, a quantidade de entrevistados que já sofreu com o problema de violência é maior. O fato pode ser explicado pela falta de estruturação das famílias dos estudantes e a proteção exercido pelos pais. A esse respeito, Tiba (1996, p. 52) é categórico ao afirmar que “prejudicam muito mais o filho o receio de traumatizá-lo e a falta de limites do que a imposição de uma frustração educativa”. O autor pondera ainda que o resultado disso é a criação de uma geração de

‘Príncipes’ e ‘princesas’ com mais direitos que deveres, mais liberdade que responsabilidade, mais “receber” que “dar” ou “retribuir”. Tais “príncipes domésticos” querem ser, também, “príncipes sociais”, mas acabam frustrados, pois as regras da sociedade são outras, muito diferentes das válidas na família (TIBA, 1996, p. 52).

Ante o exposto, a permanência dos entrevistados na unidade de ensino mesmo após a militarização pode ter ligação com a questão da violência e indisciplina escolar, e a esperança de terem um local de trabalho mais sadio para a prática docente. Um dos profissionais que recebeu ao

questionário afirmou que “trabalhar numa instituição organizada e com segurança era o meu sonho, após o primeiro bimestre já teremos resultados significantes”⁸. Outro profissional da escola afirmou que escolheu ficar na escola após a militarização por,

Acreditar nesta nova gestão, na disciplina em que os alunos seriam submetidos. Nesse sentido, o professor consegue ministrar uma aula positiva, de forma que os educandos consigam desenvolver suas habilidades e absorver mais conhecimentos.

Estrela (1992, apud LIMA, 2009, texto eletrônico) assevera que a indisciplina dos alunos influencia a qualidade das aulas ministradas pelos docentes, gerando consequências negativas ao processo educacional:

O tempo que o docente gasta na manutenção da disciplina, o desgaste provocado pelo trabalho num clima de desordem, o sentimento de perda da eficácia da aula e a diminuição da autoestima pessoal são também fatores que levam ao desânimo em relação à profissão. Assim sendo, a indisciplina interfere altamente no processo pedagógico, afetando a aprendizagem do aluno e comprometendo o desempenho do professor.

Para se ter uma ideia sobre a relevância dessa questão, de acordo com pesquisa feita pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), no Brasil, o professor perde 20% do tempo de aula acalmando os alunos e colocando a classe em ordem para poder ensinar. Em uma das questões abertas um dos entrevistados relatou

⁸ Informações obtidas a partir da aplicação de questionário para os profissionais da escola entre os dias 1 e 30 de março de 2016. Todas as falas a seguir também foram extraídas do questionário que foi respondido de forma anônima.

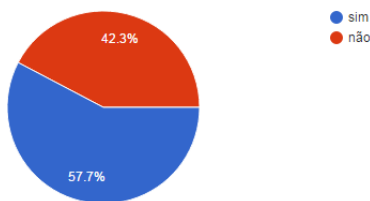
que o que o fez permanecer na escola foi o “*anseio por mudanças, o resgate de valores (respeito, disciplina e responsabilidade) há muito esquecidos*”. O resultado da pesquisa aponta para uma profunda crise de autoridade enfrentada pelo professor em sala de aula gerada pela indisciplina dos alunos.

Outra pesquisa realizada pela Fundação Lemann (2015)⁹ aponta que a indisciplina dos alunos aparece em segundo lugar, como fator que precisa ser enfrentado com mais urgência. Os professores colocam esse fator acima, inclusive, da baixa remuneração que recebem para o trabalho que executam. Não bastassem os problemas internos com a indisciplina escolar dos alunos, mais da metade dos entrevistados informaram que presenciaram ou tiveram ciência do uso de drogas nas dependências da escola antes da militarização.

Gráfico 6 - Levantamento do quantitativo de entrevistados que já presenciou uso de drogas na escola, 2016.

Já presenciou ou tomou ciência de uso de drogas dentro das dependências da escola?

(26 responses)



Fonte: Elaborado pelo autor

⁹ Disponível em: <http://www.fundacaolemann.org.br/wp-content/uploads/2016/06/Conselho-de-classe-2015.pdf>

Os dados apontam para um quadro comum a várias escolas brasileiras localizadas nas periferias, conforme citado anteriormente: violência dentro e no entorno, indisciplina e uso de drogas, tornando os profissionais receosos de bem desempenhar suas funções. Nesse contexto, a escolha do Centro de Ensino Médio Dr. José Aluísio, para sediar um colégio militar, foi realizada sem ouvir comunidade, professores, alunos, pais e responsáveis. Sobre essa escolha foram levantados dados com os entrevistados, os quais estão sintetizados no quadro 2:

Quadro 2 – resposta quanto ao processo de militarização da escola, 2016.

24%	Acreditam que professores e demais servidores deveriam ter sido consultados
12%	Informaram que pelos menos os alunos e suas famílias deveriam ter sido ouvidos
16%	Apontaram que a comunidade do bairro e proximidades deveriam ter sido consultadas
52%	Disseram que a militarização era tão necessária que não havia necessidade de consultas prévias

Fonte: Elaborado pelo autor

Mais da metade dos profissionais que participaram da transição da gestão da escola para as mãos do militares apontaram que a militarização da escola era algo urgente. Mesmo não tendo ocorrido através de processo democrático, com a oitiva das partes interessadas, acredita-se que a vivência desses educadores com as problemáticas diárias da educação pública, justifique a sua preferência por um modelo que apresente maior controle, nos aspectos da segurança da escola e da disciplina em dentro e fora da sala de aula.

Seguindo na missão de procurar avaliar a percepção dos professores, objeto da pesquisa, foram elencadas diversas outras questões que afetam diretamente a atuação

docente, principalmente, a atividade fim do docente enquanto elemento fundamental do processo de escolarização. Mais da metade dos entrevistados acreditam que a militarização da escola foi positiva para a melhoria do processo ensino/aprendizagem, conforme demonstrado no quadro 3.

Quadro 3 – Análise dos aspectos pedagógicos, disciplinares e administrativos, 2016.

70,4%	Acreditam que militarização foi positiva para a melhoria do processo ensino aprendizagem
88,9%	Acreditam que a disciplina exigida dos alunos se refletirá em seu desempenho pedagógico
59,3%	Afirmaram que os novos modelos de administração e gestão estão melhorando os processos administrativos
63%	Acreditam que a militarização reduzirá os casos de indisciplina
44,4%	Afirmam que a cobrança por resultados da equipe pedagógica está sendo mais efetiva por parte dos coordenadores
66,7%	Os casos de indisciplina escolar estão tendo atendimento mais rápido
81,5%	A quantidade de alunos atrasados diminuiu consideravelmente
66,7%	Acreditam que as funções da administração compartilhada está contribuindo para melhorar a participação dos alunos nas rotinas da escola
66,7%	Afirmaram que perdem menos tempo de aula com questões disciplinares ou desorganização da sala

Fonte: Elaborado pelo autor

A maioria dos servidores também pontuou que a disciplina dos alunos trará reflexos positivos no desempenho dos mesmos. Contudo, a simples presença dos militares na escola não é capaz de criar nos alunos uma mentalidade de disciplina para fiel execução das atividades pedagógicas. É o estreitamento da relação aluno/professor que trará benefícios imediatos ao processo de aprendizagem.

Corroborando com esse entendimento Lima (2005, texto eletrônico) esclarece que

(...) a disciplina em sala de aula depende também da relação professor-aluno e da concepção de educação do professor. (...) a autoridade profissional se manifesta no domínio da matéria que ensina e dos métodos e procedimentos de ensino adotados pelo professor.

Resta claro que são os professores os principais atores do processo de construção de um ambiente saudável em sala de aula e não os militares. Em que pese o fato de 63% dos entrevistados acreditarem que é a militarização que irá reduzir a indisciplina, não é assim que ocorre. Um dos professores relatou que teria escolhido permanecer na escola, pois *“acreditei na perspectiva de melhoria da qualidade do ensino e das condições de trabalho advindos da filosofia da escola militar”*.

Na prática, parece ter ocorrido, dentro da percepção dos entrevistados, uma valorização do professor por meio da implementação dos valores militares da hierarquia e disciplina, favorecendo o fortalecimento da autoridade profissional do docente, reduzindo, assim, os casos de indisciplina escolar.

Mais um ponto interessante acerca da percepção dos entrevistados diz respeito à crença de que a disciplina exigida dos alunos, no dia-a-dia das rotinas escolares, se refletirá no desempenho pedagógico dos mesmos. O regimento interno do CPM aponta no art. 120 que,

A disciplina e o respeito à hierarquia devem ser mantidos permanentemente, nas instalações internas do Colégio da Polícia Militar, bem como no convívio social em qualquer localidade, havendo atividade estudantil ou não, por todos os que o compõem a comunidade escolar interna” (TOCANTINS, p.44).

Ainda de acordo com o regimento, a disciplina escolar se manifesta essencialmente através da obediência às normas regimentais, a correção de atitudes, a colaboração espontânea para a disciplina coletiva e para a eficiência escolar e a dedicação integral aos estudos. As normas regimentais preveem o fiel cumprimento dos horários, o uso correto dos uniformes escolares, a solicitação de permissão para entrar e sair de recintos, participação nas atividades de manutenção e limpeza da escola dentre outras e proíbem determinadas condutas, prevendo punições que vão desde advertências até suspensão.

Até comportamentos mais simples e casuais em outras escolas, como conversas paralelas dentro de sala de aula e trocar bilhetinhos com colegas, são tipificadas como faltas disciplinares e os pais são imediatamente acionados quando dessas ocorrências, sob a justificativa de manter a ordem e a disciplina no espaço escolar. Apesar da previsão regimental de “colaboração voluntária” para a manutenção da disciplina coletiva, existe um rígido trabalho de fiscalização e uma seção específica para isso, a Coordenação Disciplinar.

Se 66,7% dos entrevistados perceberam que os casos de indisciplina estão tendo um atendimento mais rápido e efetivo, muito se deve a esta coordenação que, junto com a Orientação Educacional, realiza atendimento de alunos e famílias para a resolução de conflitos ou problemas escolares cotidianos. Um dos profissionais que respondeu o questionário relatou:

Sempre quis ser professora, mas ultimamente, estava desistindo, por causa de tanta indisciplina dos alunos. Sabendo que os militares tomariam de conta dessa parte, me senti mais segura para ministrar minhas aulas. Hoje me sinto segura, respeita e feliz em minha profissão. Obrigada!

Os mesmos 66,7% afirmam estar perdendo menos tempo da aula na resolução de questões disciplinares ou desorganização da sala. Os professores e coordenadores têm suas demandas imediatas atendidas, podendo focar seus esforços em sua atividade principal: ministrar aulas. Esse fator gerou muita simpatia dos entrevistados. Um dos professores, ao responder o questionário em uma das questões abertas afirmou que:

Alguns saíram, porém eu fiz questão de ficar por acreditar no sistema e por ser um ambiente consideravelmente melhor para se trabalhar, tanto no respeito ao professor como no comprometimento dos alunos

O controle de entrada e saída de alunos também é realizado pela Coordenação Disciplinar, que conta com policiais militares que atuam como orientadores dos alunos e fiscalizam diariamente o controle dos faltosos. Nesse contexto, 81,5% dos profissionais que respondeu ao questionário percebeu que a quantidade de alunos atrasados diminuiu consideravelmente. A entrada desordenada de alunos da unidade escolar, sem um estabelecimento de horários fixos dificultava o andamento das aulas, pois a todo momento alunos chegavam à escola e chamavam a atenção quando entravam em sala.

Outro ponto importante levantado na pesquisa diz respeito à participação dos alunos na administração e gestão do espaço escolar. Em que pese preconceitos de alguns estudiosos quanto à preponderância do aspecto disciplinar, no Colégio da Polícia Militar pode-se observar uma série de atividades e cursos que visam democratizar a gestão escolar, retirando-a, em parte, das mãos dos militares, coordenadores e professores.

Sobre a democratização da gestão, Marques (2007, p. 27) afirma que,

(...) a gestão democrática no sistema educacional público abre possibilidades para que se construa uma escola pública de qualidade, atenda os interesses da maioria da população brasileira, além de representar uma possibilidade de vivência e aprendizado da democracia, podendo, portanto, tomar um sentido diferenciado do proposto pelos fazedores de política”.

Essa gestão democrática é incentivada na escola por meio da oferta de cursos diversos (assessoria de comunicação, primeiros socorros, fiscais) e da atribuição de funções nos moldes do regimento escolar. 66,7% dos entrevistados acreditam que, as funções da administração compartilhada estão contribuindo para melhorar a participação dos alunos nas rotinas da escola.

Ano passado (2015), essa participação era prevista em normativas escolares, mas pouco posta em prática. Em que pesem os dispositivos implementados para democratizar a gestão da escola, um dos profissionais que respondeu ao questionário aponta que a administração escolar deveria ser mais democrática, nos termos que se seguem:

Queria conhecer o sistema, provar e contribuir para sua respectiva eficácia. Ademais, não costumo rejeitar algo que não conheço e de fato, em pouco tempo pude notar a grande e positiva mudança de toda a conduta do aluno, creio, porém que a administração deveria ser um pouco mais democrática e envolver e ouvir os professores nas decisões pedagógicas.

Mais uma vez, o discurso apresentado remonta a uma fé geral que a maioria dos entrevistados tem na melhoria da qualidade de ensino, em virtude da militarização da unidade escolar, com a ressalva de não se perder o envolvimento dos professores nas decisões pedagógicas da escola. A mudança do comportamento e postura do aluno é

patente, em virtude da maior fiscalização por parte da escola, exercida, sobretudo, pelos militares.

Considerações Finais

Em que pese o processo de militarização do Centro de Ensino Médio Dr. José Aluísio (Araguaína-To) ter ocorrido de forma impositiva e não democrática, sem a prévia oitiva das partes interessadas (professores, coordenadores, orientadores, servidores, alunos, pais, responsáveis, comunidade), conforme apontado no decorrer desse artigo, percebe-se que a maioria dos entrevistados teve, ou está tendo, uma visualização positiva da nova escola.

A presença de policiais militares pelos corredores da escola tem gerado, nos educadores e demais servidores, uma sensação de segurança que se reflete no desempenho de suas atividades pedagógicas. A crença na nova gestão pode ser explicada pela experiência dos entrevistados nas vivências e intercorrências da escola pública, considerando que a grande maioria teve suas trajetórias escolares e profissionais dentro de instituições públicas de ensino.

Como a pesquisa revelou, muitos destes profissionais já foram vítimas ou já presenciaram atos de violência dentro dos muros da escola antes da militarização, bem como o uso de drogas, e isso pode se configurar como uma das razões pelas quais a maioria demonstrou, pelo menos no primeiro momento, simpatia pela presença dos militares pelos corredores do colégio.

A existência de uma Coordenação exclusiva para tratar de questões disciplinares e acompanhamento dos discentes e suas famílias desafogou as demais coordenações e a Orientação Educacional, o que apresentou como sendo um fator positivo nesse novo modelo de gestão.

Por outro lado, alguns professores deixaram o colégio após a militarização. Conforme levantado, eles foram realocados em outras escolas em virtude da mudança na

modulação dos servidores, por ocasião da extinção do turno noturno.

Questões ideológicas também podem ter motivado a saída de professores da unidade escolar. O medo das mudanças implementadas e a existência de pré-conceitos por parte dos educadores acerca das metodologias, porventura implementadas podem ter culminado na saída de alguns servidores da escola.

Ademais, o trabalho ora realizado reflete apenas este momento inicial da criação e instalação do Colégio da Polícia Militar de Araguaína e não expõe todas as percepções dos profissionais de educação que presenciaram a mudança da gestão e administração escolar.

Como são poucos os estudos e pesquisas sobre o fenômeno de militarização de escolas públicas pelo Brasil, sendo o caso tocantinense muito mais recente, é urgente que a academia se debruce sobre essa nova realidade escolar e avalie como aqueles que labutam na educação são afetados. Interessante também investigar, em projetos futuros, a percepção dos alunos e da comunidade onde a escola se instalou.

Referências

BERTONI, Estêvão. Cresce no Brasil o número de escolas básicas públicas geridas pela PM. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/educacao/2015/08/1666631-cresce-no-brasil-o-numero-de-escolas-basicas-publicas-geridas-pela-pm.shtml>. Acesso em: 25 fev. 2016;

CAPUCHINHO, Cristiane. **Má formação dos professores atrapalha educação brasileira**. Disponível em: <http://educacao.uol.com.br/noticias/2014/04/23/ma-formacao-dos-professores-atrapalha-educacao-brasileira.htm>. Acesso em 10 abr. 2016.

CHAER, Galdino e outros. **A técnica do questionário na pesquisa educacional.** Disponível em: http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/maio2013/sociologia_artigos/pesquisa_social.pdf. Acesso em 08 mar. 2016.

COELHO, Ildeu Moreira. **Escritos sobre o sentido da escola.** Campinas, SP: Mercado das Letras, 2012.

CORTELLA, Mário Sérgio. **Cortella: 'A escola passou a ser vista como um espaço de salvação'**. 17 maio 2014. São Paulo: Jornal o Estado de São Paulo. Entrevista concedida a Bia Reis. Disponível em: <http://educacao.estadao.com.br/noticias/geral/cortella-a-escola-passou-a-ser-vista-como-um-espaco-de-salvacao,1168058>. Acesso em: 28 fev. 2015.

GOMES, Luciano Silva. **Violência no ambiente escolar e a "militarização" das escolas públicas.** Disponível em: <http://www.clebertoledo.com.br/n70938>. Acesso em 05 fev. 2016.

LIMA, Carolina Vianini Amaral. **Experiências de Indisciplina e Aprendizagem: Um Estudo de Caso em uma turma de um curso livre de inglês.** Dissertação (Mestrado em Linguística) – UFMG. Belo Horizonte, 2009. Disponível em: http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/LETR-8T9PDB/disserta_o_carolina_vianini_amaral_lima.pdf?sequence=1. Acesso em: 04 mar 2016.

LIMA, Hugo Anselmo de. **Práticas Escolares e os Casos de Indisciplina.** Disponível em: https://www.ufpe.br/ce/images/Graduacao_pedago

[gia/pdf/2009.1/prticas%20escolares%20e%20os%20casos%20de%20indisciplina.pdf](#). Acessado em 10 de abril de 2016.

MARQUES, L. R. A. **A descentralização da gestão escolar e a formação de uma cultura democrática nas escolas públicas**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2007. p. 27.

MONTEIRO, Renata Gomes. **Quem é o bom professor para estudantes do Ensino Médio?** Disponível em: http://www.pucpr.br/eventos/educere/educere2009/anais/pdf/2680_1214.pdf. Acessado em 02 de abril de 2016

NOGUEIRA, Cláudio Marques Martins. **A importância dos estudos sobre trajetórias escolares na Sociologia da Educação contemporânea**. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/paideia/article/viewFile/1339/910>. Acessado em 10 de abril de 2016.

PEREIRA, Maria Eliza Mazilli e outros. **O compromisso do professor com a aprendizagem do aluno: contribuições da análise do comportamento**. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/248109641/O-Compromisso-Do-Professor-Com-a-Aprendizagem-Do-Aluno#scribd>. Acessado em 16 de fevereiro de 2016.

SOARES, Ana Maria Irribarem. **O Colégio Militar de Curitiba: a mentalidade desejada**. Disponível em: http://www.portalanpedsul.com.br/admin/uploads/2002/Educacao_cidadania_e_intercultura/Mesa_Re

[donda/01_10_26_m35-78.pdf](#). Acessado em 11 de abril de 2016.

TIBA, Içami. **Disciplina: limite na medida certa**. São Paulo: Integrate Editora, 2013.

TOCANTINS. **Projeto Político Pedagógico do Centro de Ensino Médio Dr. José Aluísio da Silva Luz**. Araguaína, TO. Coordenação Pedagógica, 2015.

TOCANTINS. **Apresentação do Projeto Político Pedagógico Online**. CEM Dr. José Aluísio da Silva Luz. Araguaína, TO. Serviço de Orientação Educacional, 2015.

TOCANTINS, Assembleia Legislativa do Estado do. **Lei Complementar nº 83 de 4 de setembro de 2012**. Disponível em: www.al.to.gov.br/29964. Acessado em 05 de março de 2016.

TOCANTINS, Secretaria de Educação do Estado do. Termo de Cooperação Técnica nº 008/2015.

TOCANTINS, Colégio da Polícia Militar do Estado do. **Regimento Interno**. Araguaína: Coordenação Disciplinar, 2016.

VILLAR, Rosana. **Em Manaus, escolas geridas pela PM impõem rotina militar aos alunos**. Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/sociedade/em-manaus-escolas-geridas-pela-pm-impoem-rotina-militar-aos-alunos>. Acessado em: 01 de março de 2016.

_____. Instrução Normativa nº 0001 de 28 de janeiro de 2016, publicada no Diário Oficial do Estado do Tocantins nº 4.551 de 1º de Fevereiro de 2016.