



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO – PPJ
CURSO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM JORNALISMO

RAFAELA ALVES NÓBREGA GAMBARRA

**ARRUAR: A PRODUÇÃO DE UM SITE DE JORNALISMO INDEPENDENTE
UTILIZANDO A ESTÉTICA DO JORNALISMO LITERÁRIO**

**João Pessoa (PB)
2016**

RAFAELA ALVES NÓBREGA GAMBARRA

**ARRUAR: A PRODUÇÃO DE UM SITE DE JORNALISMO INDEPENDENTE
UTILIZANDO A ESTÉTICA DO JORNALISMO LITERÁRIO**

Relatório apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba como trabalho de conclusão do mestrado em Jornalismo, sob orientação do Prof. Dr. Thiago Soares.

**João Pessoa (PB)
2016**

G188a Gambarra, Rafaela Alves Nóbrega.
ARRUAR: a produção de um site de jornalismo independente utilizando a estética do jornalismo literário / Rafaela Alves Nóbrega Gambarra.- João Pessoa, 2016.
105f. : il.
Orientador: Thiago Soares
Relatório (Mestrado) - UFPB/CCTA
1. Jornalismo. 2. Webjornalismo. 3. Jornalismo independente. 4. Jornalismo literário.

UFPB/BC

CDU: 070(047)

RAFAELA ALVES NÓBREGA GAMBARRA

ARRUAR: A PRODUÇÃO DE UM SITE DE JORNALISMO INDEPENDENTE

Relatório apresentado como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Jornalismo outorgado pela Universidade Federal da Paraíba.

APROVADO EM 27/09/2016

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Cláudio Paiva

Prof. Dra. Fabiana Moraes

Prof. Dr. Thiago Soares (orientador)

A “Tata”. Meu avôhai. Porque “de todo amor que eu tenho, metade foi tu que me deu”.
E, pra escrever, é preciso amor.

AGRADECIMENTOS

Ao meu avô, a quem dedico este trabalho, porque “de todo amor que eu tenho, metade foi tu que me deu” – e a outra metade, ele me ensinou a cultivar.

A minha avó, igualmente importante, pedra firme e rocha sobre a qual se edificou nossa família.

A minha mãe – Eliane Alves de Melo – e meu pai – Torbes Marcius Nóbrega Gambarra – por carregar não só seus sobrenomes, mas também seu sangue e os ensinamentos de que pra vencer, é preciso lutar. E a força para isso.

A minha irmã e meu cunhado, principalmente por terem me dado os dois melhores presentes da minha vida: meus sobrinhos.

Ao meu noivo, Jonathan Feitosa, pelo carinho e, sobretudo, pelo incentivo em trilhar os caminhos desse Mestrado. Pelos almoços corridos, os fins de semana cansados e, sobretudo, por compreender essa minha paixão louca pelo jornalismo.

Ao meu orientador, Thiago Soares, que há tanto tempo me acompanha nessa jornada acadêmica, e que tantas vezes me serviu de inspiração nesse universo poético-jornalístico. Obrigada.

Às amigas, que passe o tempo que for, continuam presentes, sendo elas, também, com suas histórias e desavenças, motivos que me inspiram a escrever. Helene, Isabelle, Priscilla, Ingrid, Mirela e Priscila. Depois de quinze anos, tenho o direito de dizer que vocês são, também, minha família.

Aos jornalistas Valéria Sinézio e Francisco França, por terem aceitado essa empreitada, de braços abertos, acreditando na prática do bom jornalismo, com ética e paixão.

A Ricardo Oliveira, pela disposição de sempre de enfrentar novos projetos, com ideias fascinantes e o brilho nos olhos de quem ama o que faz.

Aos professores e colegas feitos em sala de aula, por esses dois anos de tanto sufoco, novos obstáculos e conhecimentos.

Obrigada.

"Conheça todas as teorias, domine todas as técnicas,
mas ao tocar uma alma humana, seja apenas outra alma
humana" (Carl Jung)

RESUMO

Este trabalho propõe a produção de um site de jornalismo independente que tenha suas matérias escritas utilizando a estética do Jornalismo Literário, com o intuito, portanto, de unir algumas das modalidades que vislumbram o novo, seja no jornalismo, seja no mundo digital – o site ARRUAR. Para isso, realizamos um estudo bibliográfico e documental sobre os seguintes temas: webjornalismo, jornalismo independente e Jornalismo Literário. Buscamos apreender as novas possibilidades que a Internet trouxe para o mundo do jornalismo e quais mudanças essa realidade trouxe à prática da profissão. Observamos a emergência do jornalismo digital e do jornalismo independente, analisando o movimento disruptor (CHRISTEN, 2012) empreendido por essa nova forma de prática jornalística. Parte-se do mapa do jornalismo independente no Brasil lançado pela Agência Pública para pensar um modelo de negócio para o site Arruar. Em relação ao jornalismo literário, apresentamos as características do gênero (PENA, 2006; WOLF, 2005), e uma breve trajetória histórica da união entre Jornalismo e Literatura no Brasil e no mundo. Na parte metodológica do projeto, explicamos as seções que irão conter o site (grandes reportagens, perfis, fotojornalismo e curadoria das redes sociais) assim como os procedimentos metodológicos utilizados para sua produção (escolha do nome, domínio do site, escolha das cores, escolha da tipografia, criação da logo, uso do Wordpress, redes sociais, métodos de financiamento e método canvas business). Por fim, apresentamos o relatório das primeiras reportagens produzidas, assim como da produção do layout, fazendo algumas considerações sobre o caminho trilhado e as possibilidades que surgem para essa nova perspectiva de atuação.

Palavras-chave: Webjornalismo. Jornalismo Independente. Jornalismo Literário.

ABSTRACT

This work proposes the production of an independent journalism website whose articles are written in the light of the Literary Journalism aesthetics, which aims to unite modalities that envisage the new, either in journalism or in the digital world – the website ARRUAR. For this purpose, studies both bibliographical and documental were conducted on the following topics: webjournalism, independent journalism and Literary Journalism. We seek to understand the new possibilities brought by the Internet in Journalism and how it affects the journalistic practice. At the same time, with the emergence of both the digital and independent journalism, we analyse the disruptor movement (CHRISTEN, 2012) attempted by these new journalistic practices. Taking into account the map of independent journalism in Brazil released by Agência Pública, we think about a business model for the website Arruar. Regarding the literary journalism, we present the characteristics of this genre (PENA, 2006; WOLF, 2005) and a brief historical background on the relationship between Journalism and Literature in Brazil and the world. In the methods, we explain the sections held on the website (investigative reporting, profiles, photojournalism and social media content curation) as well as the procedures applied (name choice, site domain, colour, typography, logo, Wordpress use, social media, funding and business model canvas). At last, we present a report about the first articles, as well as layout production, making some considerations on the trodden path and possibilities arising from this new perspective.

Keywords: Webjournalism. Independent Journalism. Literary Journalism.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Circulação dos jornais entre jan/2014 e jun/2015.....	12
Tabela 01 – Circulação dos jornais entre jan/2014 e jun/2015.....	13
Tabela 02 – 20 sites mais populares na rede.....	58
Figura 01 – Referências utilizadas para criação da logo.....	56
Figura 02 – Logotipo do site e negativo do logotipo.....	57
Figura 03 – Como funciona o Catarse?.....	61
Figura 04 – Layout da página inicial do ARRUAR.....	73
Figura 05 – Layout da página SOBRE do ARRUAR.....	74
Figura 06 – Layout da página “Assine” do ARRUAR.....	75
Figura 07 – Layout da página de contato do ARRUAR.....	76
Figura 08 – Layout da página de texto do ARRUAR.....	77

SUMÁRIO

1	ERA UMA VEZ O PASSARALHO.....	11
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	14
	2.1 WEBJORNALISMO.....	14
	2.1.1 A internet e as mudanças no modo de se fazer o jornalismo.....	15
	2.1.1.1 Um pouco de história.....	15
	2.1.1.2 Uma nova dinâmica de vozes.....	19
	2.1.2 E o jornalismo? Onde (e como) fica?.....	21
	2.1.2.1 As diferenças entre o jornalismo “tradicional” e o webjornalismo.....	21
	2.1.2.2 Webjornalismo: modo de fazer.....	23
	2.2 JORNALISMO INDEPENDENTE.....	25
	2.2.1 A emergência do jornalismo digital e do jornalismo independente.....	25
	2.2.2 O movimento disruptor.....	27
	2.2.3 Jornalismo independente como modelo de negócio.....	30
	2.2.4 O mapa do jornalismo independente no Brasil.....	32
	2.2.5 Caminhos já trilhados.....	34
	2.3 JORNALISMO LITERÁRIO OU O IMPÉRIO DOS FATOS E O JARDIM DA IMAGINAÇÃO.....	37
	2.3.1 As espécies do jardim.....	37
	2.3.2 A trajetória histórica.....	39
	2.3.3 O momento atual do jornalismo literário no Brasil.....	42
3	METODOLOGIA.....	42
	3.1 GRANDES REPORTAGENS.....	46
	3.2 PERFIS.....	49
	3.3 FOTOJORNALISMO.....	51
	3.4 CURADORIA DAS REDES SOCIAIS.....	53
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	55
	4.1 ESCOLHA DO NOME.....	55
	4.2 ESCOLHA DO DOMÍNIO.....	55
	4.3 ESCOLHA DAS CORES.....	55
	4.4 ESCOLHA DA TIPOGRAFIA.....	56
	4.5 CRIAÇÃO DA LOGO.....	56

4.6	USO DO WORDPRESS.....	57
4.7	REDES SOCIAIS.....	57
4.8	MÉTODOS DE FINANCIAMENTO.....	60
4.9	MÉTODO CANVA BUSINESS.....	65
5	RELATÓRIO.....	66
5.1	PAUTAS.....	66
5.1.1	Dez anos da lei Maria da Penha.....	66
5.1.2	Microcefalia.....	68
5.2	REPORTAGENS.....	69
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	81
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	83
	APÊNDICE.....	89

1 ERA UMA VEZ O PASSARALHO

Passaralho: jargão jornalístico para as demissões em massa nos meios de comunicação. De acordo com a Agência Pública¹, agência de reportagem e jornalismo investigativo, "passaralho é um jargão agressivo para as demissões em massa nos meios de comunicação. Remete a pássaros, revoadas de algo que destrói tudo por onde passa".

Segundo levantamento feito pelo Volt², por meio de dados obtidos pela contagem do número de demissões a partir de informações de sites especializados, como o Portal Imprensa, o Portal dos Jornalistas e o Portal Comunique-se, de 2012 a 2015, pelo menos 1084 jornalistas foram demitidos; e, além disso, foram 3568 demissões, incluindo dispensas gerais feitas por empresas de mídia. Mesmo que os números sejam assustadores, a publicação avisa que é válido ainda fazer uma ressalva: esse número certamente é muito maior. Afinal, muitas notícias não discriminavam quantos jornalistas foram demitidos, apenas os números totais. E, também, a informalidade no setor impedia de contabilizar a demissão de um jornalista contratado como Pessoa Jurídica ou terceirizado.

O fato é que depois de, durante várias décadas, os jornais trazerem em suas manchetes pesquisas relacionadas ao desemprego, ao fechamento de fábricas e indústrias, desta vez é a própria indústria da informação que desponta com seus próprios números infelizes, causando aflição até nos jornalistas mais otimistas.

Na Paraíba, a situação não é diferente: após o fechamento do Jornal O Norte, em 2012, 2016 foi o ano em que o Jornal da Paraíba tirou o impresso de circulação. Fora isso, diversos outros veículos também realizaram demissões, a exemplo da TV Tambaú, TV Correio e Portal Correio. De acordo com informações do Sindicato dos Jornalistas da Paraíba, considerando o ano de 2015 e os primeiros quatro meses de 2016, foram realizadas 113 demissões em veículos de comunicação do Estado.

Alguns, diante das atuais circunstâncias, bradam aos quatro ventos que o jornalismo está morto. Fica a dúvida, no entanto, se o jornalismo sequer admite essa característica. Tendo existido desde os tempos mais remotos, por mais que tenha, em diversos momentos, mudado sua 'carcaça'³, o jornalismo em nenhum momento deixou de existir. O que está morrendo,

¹ Disponível em <<http://apublica.org/2013/06/revoada-dos-passaralhos/>>

² Disponível em: <<https://medium.com/volt-data-lab/a-conta-dos-passaralhos-953e7e254d4a#.tr7m0uui9>>
Acesso em: 1 junho 2016.

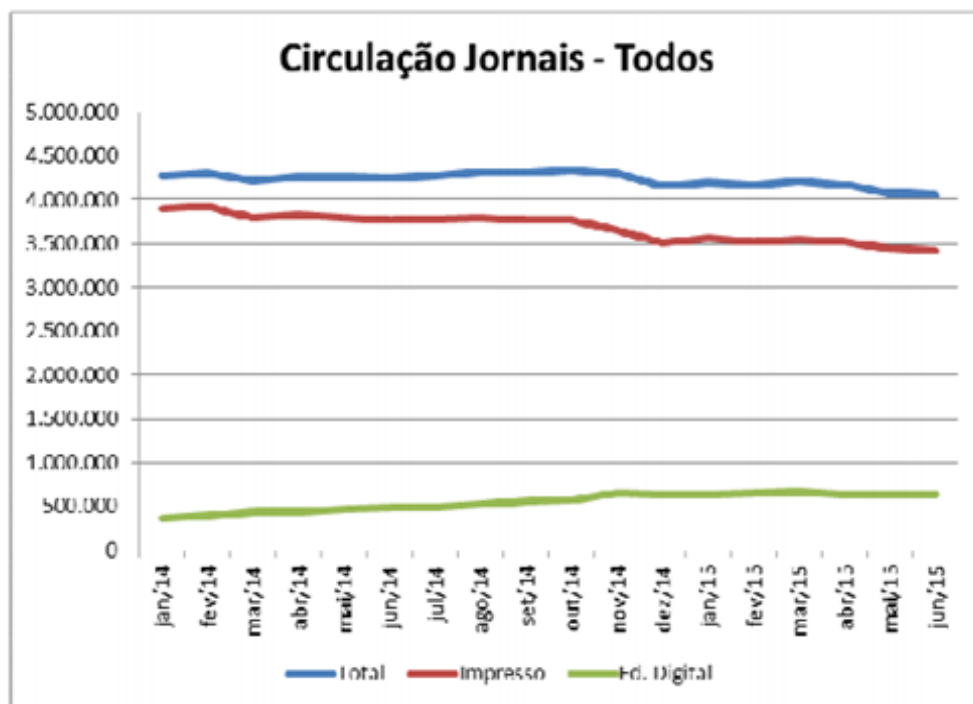
³ No livro *Mutação no Jornalismo*, Thaís Jorge (2013, p. 152) afirma que “a notícia começou no jornalismo oral, com os primeiros relatos dos homens das cavernas – ou antes, com os desenhos de pedra”, posteriormente se disseminou com os pregadores e jograis, “desenvolveu-se no jornal impresso e veio encontrar a tecnologia da informação e das comunicações (Tics)”.

portanto, é a velha forma de fazer jornalismo: o jornalismo feito dentro de grandes corporações, com empresas que ditam as ideologias estampadas nas páginas dos jornais. Esse é o momento de se reinventar.

Diante deste cenário, é válido, ainda, observar outras informações: de acordo com dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC), divulgados no relatório de atividades e de liberdade de imprensa da Associação Nacional de Jornais (ANJ), de janeiro de 2014 a junho de 2015 (período compreendido pela pesquisa), no total de jornais auditados, as edições digitais cresceram de 427.370 para 641.776 (+50%), enquanto as edições impressas diminuíram de 3.834.613 para 3.505.838 (-8,6%), resultando numa diminuição da circulação total de 4.261.983 para 4.147.614 (-2,7%).

Ainda de acordo com a pesquisa, considerando-se apenas os jornais cujas edições digitais são auditadas pelo IVC, tem-se que a circulação total aumentou de 2.420.048 para 2.455.449 (+1,5%), com a participação de edições digitais no total crescendo de 17,5% para 26,1%.

Gráfico 1 – Circulação dos jornais entre jan/2014 e jun/2015



Fonte: Instituto Verificador de Comunicação (IVC)

Tabela 01 – Circulação dos jornais entre jan/2014 e jun/2015

Circulação	Todos				Possuem Edição Digital			
	Total	Impresso	Ed. Digital	Varição	Total	Impresso	Ed. Digital	Varição
Jan./14	4.268.810	3.897.944	370.866	8,7%	2.393.124	2.022.258	370.866	15,5%
Fev./14	4.306.192	3.918.886	387.306	9,0%	2.409.062	2.021.756	387.306	16,1%
Mar./14	4.223.989	3.799.229	424.760	10,1%	2.393.391	1.968.631	424.760	17,7%
Abr./14	4.266.179	3.826.481	439.698	10,3%	2.438.315	1.998.617	439.698	18,0%
Mai./14	4.261.673	3.798.808	462.865	10,9%	2.455.157	1.992.292	462.865	18,9%
Jun./14	4.245.053	3.766.327	478.726	11,3%	2.431.237	1.952.511	478.726	19,7%
Jul./14	4.279.078	3.781.583	497.495	11,6%	2.447.447	1.949.952	497.495	20,3%
Ago./14	4.311.460	3.793.529	517.931	12,0%	2.474.876	1.956.945	517.931	20,9%
Set./14	4.319.769	3.764.352	555.417	12,9%	2.488.865	1.933.448	555.417	22,3%
Out./14	4.337.128	3.762.028	575.100	13,3%	2.518.994	1.943.894	575.100	22,8%
Nov./14	4.299.329	3.650.697	648.632	15,1%	2.578.404	1.929.772	648.632	25,2%
Dez./14	4.153.530	3.510.606	642.924	15,5%	2.515.949	1.873.025	642.924	25,6%
Jan./15	4.202.434	3.566.782	635.652	15,1%	2.489.488	1.853.836	635.652	25,5%
Fev./15	4.171.345	3.526.359	644.986	15,5%	2.485.141	1.840.155	644.986	26,0%
Mar./15	4.213.622	3.550.310	663.312	15,7%	2.505.882	1.842.570	663.312	26,5%
Abr./15	4.168.554	3.525.124	643.430	15,4%	2.460.635	1.817.205	643.430	26,1%
Mai./15	4.077.286	3.446.018	631.268	15,5%	2.410.508	1.779.240	631.268	26,2%
Jun./15	4.052.440	3.420.435	632.005	15,6%	2.381.040	1.749.035	632.005	26,5%
2014 - 1º Sem.	4.261.983	3.834.613	427.370	10,0%	2.420.048	1.992.678	427.370	17,6%
2015 - 1º Sem.	4.147.614	3.505.838	641.776	15,5%	2.455.449	1.813.674	641.776	26,1%
Varição	-2,7%	-8,6%	50,2%	54,3%	1,5%	-9,0%	50,2%	48,1%

Fonte: Instituto Verificador de Comunicação

Os números, portanto, mostram aquilo que, diariamente, vê-se no próprio cotidiano: o mundo digital tem invadido as casas, escritórios e o próprio modo de viver do ser humano. Jornalistas têm se deparado com esse novo universo, cheio de possibilidades, mas muitos, ainda, encontram-se de mãos atadas diante do novo, lamentando a morte do jornalismo escrito na folha de papel.

Este projeto tem como intuito unir algumas modalidades que vislumbram o novo, seja no jornalismo ou, mesmo, no mundo digital. São elas: o webjornalismo, o jornalismo literário, o jornalismo independente e, ainda, o crowdfunding. Dessa forma, o site ARRUAR busca uma nova forma de fazer jornalismo, deixando para trás o passalho e, quem sabe, indo em busca de uma nova revoadada.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 WEBJORNALISMO

Pierre Lévy, em seu livro *Cibercultura* (1999), apresenta, logo em sua introdução, aquilo que continuaria sendo o cerne das questões relacionadas ao mundo digital até os dias atuais: a cibercultura como um ambiente inédito para mudanças qualitativas na ecologia dos signos. Considerado por muitos um otimista, esse seu posicionamento não significava, no entanto, que acreditasse que a Internet resolveria, em um passe de mágica, todos os problemas culturais e sociais do planeta. Na verdade, sua forma de ver o surgimento da internet de maneira confiante se devia ao reconhecimento de dois fatos:

Em primeiro lugar, que o crescimento do ciberespaço resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem. Em segundo lugar, que estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômicos, político, cultural e humano. (LÉVY, p. 11, 1999)

Quase duas décadas se passaram desde então e, até hoje, as inúmeras possibilidades que a internet traz continuam despertando o desejo de – jovens ou não – buscarem maneiras de experimentar. E, nos dias atuais, de maneira cada vez mais consistente, os jornalistas aparecem também como protagonistas nesta busca. Afinal, velhas instituições como a grande mídia e o jornalismo impresso têm perdido paulatinamente seus espectadores.

Se, décadas atrás, já se apontavam as possibilidades que o mundo digital traria para a sociedade e se enfatizavam as potencialidades que este novo mundo descortinaria como um novo espaço de comunicação, hoje, portanto, é inegável: os bits tecnológicos já invadiram o próprio dia a dia do ser humano.

Diante deste cenário, o jornalista surge, então, como o ator que pode, dentro da enxurrada de informações disponíveis na internet, desempenhar sua função e, assim, repassar para o leitor o conteúdo com maior credibilidade. Afinal, "independentemente do veículo, do meio, da mídia, jornalismo é jornalismo", afirma Prado (2011), mudando conforme a plataforma utilizada. Isso significa que cabe, ainda, ao jornalista, o papel de coletar dados, apurar informações e redigir o texto de acordo com os preceitos jornalísticos – ações que não são alcançadas pelo cidadão comum, e que garantem, ainda, ao jornalista, um papel de destaque nas entrelinhas da web.

Em um estudo abrangente sobre os problemas do jornalismo e sua superação no ambiente digital, intitulado "Post-Industrial Journalism - Adapting to the present", ou "Jornalismo Pós-industrial - Adaptação aos novos tempos", na tradução brasileira, os autores afirmam:

O jornalismo expõe a corrupção, chama a atenção para a injustiça, cobra políticos e empresas por promessas e obrigações assumidas. Informa cidadãos e consumidores, ajuda a organizar a opinião pública, explica temas complexos e esclarece divergências fundamentais. O jornalismo exerce um papel insubstituível tanto em regimes democráticos como em economias de mercado. A atual crise de instituições norte-americanas de jornalismo nos convence de duas coisas. A primeira é que não há como preservar ou restaurar o jornalismo no formato praticado ao longo dos últimos 50 anos. E a segunda é que é mister que busquemos, de modo conjunto, novas saídas para o exercício de um jornalismo capaz de evitar que os Estados Unidos descambem para a venalidade e a pura defesa de interesses pessoais. (ANDERSON, C.W; BELL, Emily; SHIRKY, Clay, 2012)

Aqui, cabe a observação: como a indústria jornalística norte-americana teve sua fórmula reproduzida no Brasil, cuja receita vinha majoritariamente da propaganda, o volume e o preço dos anúncios eram ditados pela circulação e audiência, e um pequeno grupo de corporações dominava a cadeia de valor, da produção à distribuição das informações (LACERDA, 2016, p. 24), cabem, portanto, as mesmas análises à indústria jornalística brasileira.

Mas quais seriam, afinal, essas novas saídas para o exercício do jornalismo, em um ambiente, agora, digital?

2.1.1 A internet e as mudanças no modo de se fazer o jornalismo

2.1.1.1 Um pouco de história

O desenvolvimento da internet no século XX constitui um marco na história da humanidade, tendo provocado mudanças em vários segmentos da vida social - entre eles, na comunicação. Isso porque, com ela, criaram-se novos dispositivos de distribuição de informação, alterando profundamente as relações comunicacionais. A partir de então, surgiram novos atores, quebrando-se o monopólio das grandes agências de notícias e empresas de comunicação, criando "uma nova relação de força na política que pode ser considerada mais horizontalizada, se comparada com a dinâmica propiciada pela mídia tradicional" (PENTEADO, SANTOS, ARAÚJO, 2009, p. 137).

O modelo de comunicação "todos-todos", oriundo da popularização da internet e da web, ganhou força com o surgimento de ferramentas que propiciam o que Lemos (2002) chamou de "liberação do polo emissor", permitindo que qualquer internauta publique informação na rede e reconfigurando o cenário midiático (AQUINO, 2009, p. 237)

Se formos ao cerne de quando começaram a existir os primeiros indícios desse novo modelo de comunicação, chegamos ao ano de 1957, no lançamento do primeiro satélite artificial da Terra pela então União Soviética.

Quando o lançamento do primeiro Sputnik assustou os centros de altas tecnologias estadunidenses, a ARPA empreendeu inúmeras iniciativas ousadas, algumas das quais mudaram a história da tecnologia e anunciaram a chegada da Era da Informação em grande escala. (CASTELLS apud PRADO, 2011, p. 10)

Devido à Guerra Fria, portanto, deu-se o surgimento da Internet. Isso porque, em resposta ao avanço tecnológico russo, o presidente dos Estados Unidos da América, Eisenhower, ordenou o desenvolvimento do que seria conhecido como Arpanet, uma rede de computadores montada pela Advanced Research Projects Agency (ARPA), em setembro de 1969 (CASTELLS, 2001, p. 13).

O objetivo desse departamento (nota do autor: o Information Processing Techniques Office, fundado em 1962), tal como definido pelo seu primeiro diretor, Joseph Licklider, um psicólogo transformado em cientista da computação no Massachusetts Institute of Technology (MIT), era estimular a pesquisa em computação interativa. Como parte desse esforço, a montagem da Arpanet foi justificada como uma maneira de permitir aos vários centros de computadores e grupos de pesquisa que trabalhavam para a agência compartilhar on-line tempo de computação. (CASTELLS, 2001, p. 14)

A tecnologia, porém, foi se desenvolvendo de forma a servir aos interesses da guerra: a proposta oferecida ao Departamento de Defesa previa a construção de um sistema militar de comunicações capaz de sobreviver a um ataque nuclear. Os primeiros nós da rede estavam em universidades: na Universidade da Califórnia em Los Angeles, na Universidade da Califórnia em Santa Bárbara e na Universidade de UTAH. Já em 1971, havia 15 nós, porém a maioria continuava em centros universitários de pesquisa.

A partir daí, foi-se em busca de tornar possível a conexão da Arpanet com outras redes de comunicação. Foi então que surgiu o protocolo TCP/IP, padrão segundo o qual a Internet continua a operar até hoje. Em 1983, o Departamento de Defesa, preocupado com possíveis brechas de segurança, resolveu criar a MILNET, uma rede independente para usos militares específicos (CASTELLS, 2001). A Arpanet tornou-se ARPA-INTERNET, e foi dedicada à pesquisa.

Em fevereiro de 1990, a Arpanet, já tecnologicamente obsoleta, foi retirada de operação. Dali em diante, tendo libertado a Internet de seu ambiente militar, o governo dos EUA confiou sua administração à National Science Foundation. Mas o controle da NSF sobre a Net durou pouco. (...) A NSF tratou logo de encaminhar a privatização da Internet. O Departamento de Defesa decidira anteriormente comercializar a tecnologia da Internet, financiando fabricantes de computadores dos EUA para incluir o TCP/IP em seus protocolos na década de 1980. Na altura da década de 1990, a maioria dos computadores nos EUA tinha capacidade de entrar em rede, o que lançou os alicerces para a difusão da interconexão de redes. (idem, p. 15)

A partir daí deu-se início ao crescimento vertiginoso de uma rede global de computadores. É válido ressaltar, no entanto, que outros eventos levaram à formação da Internet, como a criação, em 1977, do programa MODEM, que permitia a transferência de arquivos entre seus computadores pessoais; a criação da FIDONET, em 1983; e diversas outras ações que ocorreram por parte tanto das próprias universidades como de empresas da época. Como este trabalho, porém, pretende apenas apresentar um breve panorama sobre o surgimento da Internet, não irá se deter em tantos detalhes.

Vale ressaltar ainda, no entanto, o desenvolvimento da world wide web (www), em 1990, por um programador inglês, Tim Berners-Lee. De acordo com Castells (2001), ele definiu e implementou o software que permitir obter e acrescentar informação de e para qualquer computador conectado através da Internet: HTTP, HTML e URI (mais tarde chamado de URL). Ainda de acordo com Castells, em colaboração com Robert Cailliau, Berners Lee construiu um programa navegador / editor em dezembro de 1990, e chamou esse sistema de hipertexto de world wide web, a rede mundial. Depois disso, hackers do mundo inteiro passaram a tentar desenvolver seus próprios navegadores, o que deu vida ao primeiro navegador comercial, o Netscape Navigator em outubro de 1994, que foi lançado gratuitamente para fins educacionais e ao custo de 39 dólares para uso comercial. Em 1995, porém, quando a Microsoft descobriu a Internet, lançou junto com seu software Windows 95 o seu próprio navegador, o Internet Explorer.

Assim, em meados da década de 1990, a Internet estava privatizada e dotada de uma arquitetura técnica aberta, que permitia a interconexão de todas as redes de computadores em qualquer lugar do mundo; a www podia então funcionar com software adequado, e vários navegadores de uso fácil estavam à disposição do público. Embora a Internet tivesse começado na mente dos cientistas da computação no início da década de 1960, uma rede de comunicações por computador tivesse sido formada em 1969, e comunidades dispersas de computação reunindo cientistas e hackers tivessem brotado desde o final da década de 1970, para a maioria das pessoas, para os empresários e para a sociedade em geral, foi em 1995 que ela nasceu. (idem, p. 19)

Antes de dar início, porém, à reflexão sobre as mudanças que o surgimento da Internet causou, faz-se necessário observar, paralelamente, as alterações que ocorreram no mundo do jornalismo durante a mesma época.

De acordo com Prado (2011), em 1969, já havia o videotexto na BBC e o infobank no The New York Times. Em 1971, deu-se início à produção digital nas redações, graças à invenção do microprocessador pelo engenheiro da Intel, Ted Hoff. Entre 1972 e 1973 foi criado o e-mail e bancos de dados eram usados no jornalismo, citando como exemplo o Philadelphia Inquirer. Simultaneamente, agências de notícias começaram a adotar a produção digital e em 1974 a agência Reuters passou a trabalhar com o videotexto. Ainda na década de 1970, surgiu o BBS (bulletin board systems, ou, em tradução, quadro de avisos), mais precisamente em 1978, primeiro nos Estados Unidos e depois no mundo inteiro.

Já no início da década de 1980, em 1983, a Revista Time coloca o PC (computador pessoal desenvolvido pela IBM) no lugar do "Homem do Ano". Em 1985, ao mesmo tempo em que é lançado o Windows, cerca de 50 jornais já ofereciam bancos de notícias on-line.

Em 1990, a Agência Estado lança o serviço Broadcast. E paralela à invenção da www, surgiu também a primeira ferramenta para busca na internet, o Archie.

Paralelamente à entrada dos jornais na rede é que os motores de busca ficaram mais conhecidos e usados para facilitar a procura de páginas na internet, através de palavras-chave, substituindo o que antes era a tarefa árdua de ficar tentando descobrir, entre acertos e erros - muito mais erros -, o nome correto da página com toda a sua extensão, sem esquecer nenhuma letra ou sinalzinho. Normalmente, quem fazia isso eram os webmasters. Alguns, muito espertos, eram aplaudidos pela redação toda quando conseguiam achar uma página procurada. (PRADO, 2011, p. 16)

Ainda segundo a autora, 1992 é um outro marco brasileiro, com a cobertura on-line da Eco-92, ganhando destaque os sites da CNN e do Chicago Tribune.

Quando a internet veio à tona, finalmente, em 1995, - e aqui chegamos ao ponto de intersecção com o desenvolvimento da internet - a Agência Estado foi a primeira empresa de informação brasileira a ter um site. Já o primeiro jornal foi o Jornal do Brasil, o JB (cujo fim da edição impressa foi anunciado em 2010, passando a ser disponível apenas em sua edição on-line), que lançou a primeira cobertura completa em 28 de maio de 1995. Também no ano de 1995 o jornal Folha de S. Paulo coloca na web sua primeira página.

Em 1996, cria-se o portal UOL, com a edição diária da Folha de S. Paulo, arquivos da Folha, reportagens do The New York Times (traduzidas para o português), Folha da Tarde e Notícias Populares, Classificados, Roteiros e Saúde e a Revista IstoÉ. Após a revista, as demais revistas digitais surgem. Nesse ano, também, o The New York Times chega à internet.

Finalmente, chegando ao ano 2000, tem-se um outro marco no jornalismo brasileiro: o lançamento do Último Segundo, o primeiro jornal feito exclusivamente para a Web.

O que se deseja destacar aqui é que o surgimento da Internet e, anteriormente, do próprio desenvolvimento de tecnologias que lhe dariam origem, fizeram com que o jornalismo passasse por grandes mudanças, sendo que, por um lado, se fez com que fosse necessário para o jornalista se reinventar, aprendendo a lidar com todo esse novo mundo de bits que se descortinava a sua frente, também trouxe ao próprio jornalismo novas possibilidades de se apresentar, causando alterações não só no modo como a informação era produzida, mas, também - e principalmente - na maneira como quem estava do outro lado - seja o leitor, o ouvinte ou o telespectador - as recebia.

Mas que mudanças a Internet foi capaz de causar na sociedade e, mais especificamente, no jornalismo?

2.1.1.2 Uma nova dinâmica de vozes

Com o surgimento da internet, houve uma mudança no âmbito da comunicação, sobretudo no que diz respeito à produção de conteúdo. Henry Jenkins, um dos maiores teóricos da área, analisa essas transformações por meio da utilização de três conceitos: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva.

Em primeiro lugar, para que se possa compreender a nova dinâmica de vozes que hoje ecoam ao redor de todo o mundo, tem-se a ideia da chamada cultura participativa, que

(...) contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p. 30)

Associado a ele, portanto, encontram-se os dois outros conceitos: a convergência das mídias e a inteligência coletiva. Segundo Jenkins (2009), o primeiro conceito diz respeito ao fato de, atualmente, o fluxo de conteúdos se dar através de múltiplas plataformas de mídia, o que, por sua vez, depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Indo contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos, o autor defende que, em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida em que os

consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos.

A convergência, portanto, não ocorre por meio dos aparelhos, mas, sim, dentro dos cérebros dos consumidores individuais: a mudança não é apenas de ordem material, mas, sobretudo, intelectual. E daí advém, também, a noção de inteligência coletiva.

(...) O consumo tornou-se um processo coletivo - e é isso o que este livro entende por inteligência coletiva, expressão cunhada pelo ciberteórico francês Pierre Lévy. Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. Estamos aprendendo a usar esse poder em nossas interações diárias dentro da cultura de convergência. (JENKINS, p. 28)

Resgatando, novamente, Pierre Lévy, em verdade, percebe-se que, quando cunhou o termo "inteligência coletiva", era ainda o ano de 1994, ou seja, muitas mudanças, ainda, iriam acontecer no campo das tecnologias, o que iria possibilitar cada vez mais o fomento desse conceito, embora seja necessário pontuar, aqui, que segundo Lévy (1999), as tecnologias são produtos de uma sociedade e de uma cultura, e não simplesmente projetos artificiais que se desenvolvem sozinhos. A análise mais profunda desse ponto, porém, não é ao que diz respeito esse trabalho.

O que interessa, porém, é outro fato: se, a princípio, quando Lévy cunhou tal termo, observando-se o contexto, via-se que o mundo estava em época de desvincular-se de uma duradoura divisão ideológica - entre capitalistas e socialistas -, e a ideia da "inteligência coletiva" ressaltava a importância de existirem outros caminhos de inserção dos indivíduos em comunidades que não fossem caracterizadas por identidades étnicas, nacionais ou religiosas, percebe-se também que o uso das tecnologias iria estimular, cada vez mais, essa construção do laço social baseado no saber, tendo em vista que, entre todas as tecnologias, a Internet se destaca nesse sentido, pois tornou possível a criação de vínculos entre os mais distantes pontos do mundo ou, na linguagem de Pierre Lévy, condicionou a sociedade à criação de novos vínculos e à uma nova forma de se organizar, baseada na inteligência coletiva.

Está aí, portanto, uma das principais mudanças que aconteceram na sociedade e foram condicionadas pela internet: o desenvolvimento, cada vez maior, de uma chamada "inteligência coletiva". De acordo com Lévy (idem), o crescimento do ciberespaço não determina automaticamente o desenvolvimento da inteligência coletiva, apenas fornece a ela um ambiente propício. Por outro lado, afirma:

Devido a seu espaço participativo, socializante, descompartmentalizante, emancipador, a inteligência coletiva proposta pela cibercultura constitui um dos melhores remédios para o ritmo desestabilizante, por vezes excludente, da mutação técnica. (LÉVY, 1999, p. 30).

Apoiando-se nesta ideia, por sua vez, chega-se a uma outra característica - ou mudança, melhor dizendo - que a Internet trouxe. Segundo Lévy,

Quanto mais os processos de inteligência coletiva se desenvolvem - o que pressupõe, obviamente, o questionamento de diversos poderes - melhor é a apropriação, por indivíduos e por grupos, das alterações técnicas, e menores são os efeitos de exclusão ou de destruição humana resultantes da aceleração do movimento tecnológico. (LÉVY, 1999, p.29)

No campo dos mídias, buscando mais uma vez Henry Jenkins, um dos grandes teóricos sobre o tema, e trazendo à tona novamente a questão da mídia, é possível compreender melhor as atuais circunstâncias se tivermos em mente as noções de funções massivas e funções pós massivas. De acordo com Jenkins, meios como as rádios e as TVs utilizam-se de funções massivas que são voltadas para uma massa heterogênea – um público-alvo que não se conhece e que, se interage, o faz em níveis baixos de troca informacional com o polo emissor; já os novos meios e novas tecnologias – como os blogs, os podcasts, wikis e fóruns de discussões – estariam se utilizando de funções pós-massivas, para os quais o importante não é o alcance em termos quantitativos essencialmente, mas a informação transmitida com personalidade e sem influência de poderes estatais ou de mercado.

2.1.2 E o jornalismo? Onde (e como) fica?

2.1.2.1 As diferenças entre o jornalismo “tradicional” e o webjornalismo

Em primeiro lugar, é importante atentar-se a um fator bastante peculiar dessa nova fase do jornalismo: como o custo infinitamente menor da produção do webjornalismo comparado à indústria do jornalismo convencional, com suas antenas de transmissões e parques gráficos, facilita o surgimento quase que diário de inúmeros sites. E não só sites jornalísticos produzidos por jornalistas, de fato. Há, também, os blogs⁴ - veículos digitais que propiciaram o fortalecimento da liberação do polo emissor, contribuindo de forma bastante enfática para quebrar o monopólio da grande mídia como detentora de todas as informações.

⁴ O termo weblog foi primeiramente usado por Jorn Barger, em 1997, para referir-se a um conjunto de sites que colecionavam e divulgavam links interessantes na web. O termo é uma versão reduzida da palavra weblog. “Web”, portanto, viria de World Wide Web (rede de alcance mundial), já “log” viria da prática de se utilizar um bloco de madeira para marcar a velocidade dos navios.

Do ponto de vista jornalístico, embora os blogs tenham sido inicialmente percebidos de forma pejorativa pelos profissionais da área como "diarinhos adolescentes na web" e tendo sua legitimidade como fonte de informações comumente questionada, essas críticas foram paulatinamente diminuindo e até mesmo grandes portais passaram a criar blogs para seus funcionários.

De acordo com Foletto (2009), a efetiva aproximação dos weblogs com o jornalismo teve como marco inicial o ano de 2001, principalmente com os atentados terroristas às Torres Gêmeas do World Trade Center em 11 de setembro, quando testemunhos pessoais sobre determinados acontecimentos, situações ou lugares passaram a ganhar importância como informação de relevância jornalística.

Vale, ainda, ressaltar um fator: com o surgimento de ferramentas de publicação como o Blogger e o Wordpress (sendo este último, inclusive, o que será utilizado para a produção do site objeto desta dissertação), os blogs passaram a ser rapidamente adotados e apropriados para os mais diversos usos e, assim, foram surgindo blogs especializados em cultura, blogs de guerra, blogs de Pessoas com Necessidades Especiais (PNE). Por outro lado, essas mesmas ferramentas passaram a ser utilizadas para o desenvolvimento não só de blogs (aqui entendido como um formato específico de atualização de página da web, baseado em porções de conteúdo dispostas em ordem cronológica inversa e que pode apresentar recursos adicionais típicos, como comentários, blogroll e trackback (ZAGO, 2008, p. 5)), mas também de sites de uma maneira geral, como sites jornalísticos - ou a prática do chamado jornalismo independente que será visto mais a frente.

No sentido de aumentar as possibilidades de dar voz ao leitor, também observam-se as redes sociais, comunidades virtuais e comunidades de discussão.

É comum ver perguntas nas redes sociais, como Twitter ou Facebook, sobre assuntos que frequentam os noticiários; porém, as pessoas estão se acostumando a questionar diretamente por meio dessas redes. "Como está o tempo no litoral norte de São Paulo?" É possível também buscar dados dando o nome de determinada praia. Fazem isso em vez de procurar algum site com serviço de meteorologia. O comportamento do internauta e de quem usa a internet também para trabalhar é alterado com as facilidades que a rede proporciona. E, claro, que ele vai procurar o melhor jeito de informar, ser informado e depois ainda praticar a cultura colaborativa, compartilhando o que soube com seus pares (PRADO, 2011, p. 54)

Diante desse novo cenário, com tantas possibilidades se abrindo (ou já estando abertas), é de se pensar qual passaria a ser, afinal, a função do jornalista nos próximos anos, ou, mesmo, nos dias atuais. Em artigo do blog *The Roofer of the matter*, em que são citados os principais pontos de uma palestra dada pela diretora de conteúdo digital do Guardian,

Emily Bell, são feitas previsões de como seria o jornalismo em dez anos. Entre as previsões, destaca-se a de número 3:

(...) jornalistas terão que ser confiáveis, fidedignos - os leitores poderão - e irão - usar os comentários para colocar pingos nos is, acrescentar informações, desconstruir barrigas. O sucesso de um jornalista dependerá de seu conhecimento e de sua capacidade de escrever coisas com credibilidade. (idem, p. 39)

Credibilidade. Eis aí a palavra-chave para o desenvolvimento do jornalismo nos dias atuais. Por mais que existam inúmeras fontes de informação por meio das quais os cidadãos podem se manter informados, a sociedade continua visando um canal por meio do qual possa confiar na capacidade do jornalista profissional de exercer suas habilidades de checar a informação, ouvir as fontes, confirmar dados e lhe dar, enfim, uma informação segura (ou, ao menos, mais segura do que as que circulam pela rede). Pesquisa realizada pelo Ibope em 2014, a pedido da Secretaria de Comunicação Social (Secom) do Governo Federal, apontou que 57% das pessoas que pesquisam notícias na web o fazem por meio de sites de jornais.

Com a crescente demissão dos jornalistas, porém, dos grandes meios de comunicação, e o aumento das possibilidades de produzir conteúdo digital propiciadas pela Internet, surge, portanto, para os jornalistas uma nova possibilidade: a de produzir o jornalismo independente. Dessa maneira, uma nova janela se abre não só para os leitores, mas, também, para o próprio jornalista: agora ele não precisa mais depender de um grande veículo de mídia para realizar seu trabalho de maneira isenta, sem as ideologias da empresa, e honesta.

2.1.2.2 Webjornalismo: modo de fazer

De acordo com Prado (2011), com o estabelecimento da internet na rotina de quem faz jornalismo e de quem o consome, faz-se necessário atentar para

(...) a interatividade, jamais ocorrida de forma tão intensa, e a entrada do jornalismo aberto gerado pelo usuário (ou jornalismo colaborativo, participativo etc.) como estratégia de acompanhamento de vanguardas, mesmo que desconfiando do que chega desse material de não jornalistas e, com isso, aumentando o grau de checagem, fazendo paralelos com as novas funções e manifestações que surgem com as diferentes etapas da web (...) como a personalização (quando os sites monitoram o rastro do usuário), os filtros baseados em palavras-chaves (tags), ranqueamento mostrando preferências e, principalmente, a forte tendência do jornalismo hiperlocal com o cidadão relatando o que acontece ao seu redor; e mesmo a volta do jornalismo regional ganhando novo olhar. (PRADO, 2011, p. 2)

Além de todos esses pontos, é necessário destacar também outras características como, por exemplo, a mudança que ocorreu no próprio perfil do jornalista enquanto profissional. Agora, exige-se dele a compreensão do meio digital e de suas ferramentas: o jornalista deve estar apto para lidar com as mais diversas possibilidades multimídias, como tirar fotos, gravar áudios, editar imagens e saber ao menos construir conteúdo para um infográfico. Se antes as funções dentro de uma redação eram especializadas, agora o jornalista tornou-se uma espécie de multitarefeiro. Para Prado (idem), não basta mais só saber redigir. O mercado carece e prefere que o jornalista saiba, de forma extremamente profissional, utilizar-se das mais diversas mídias.

Tira-se daí uma conclusão lógica: se para o profissional que trabalha com o webjornalismo é necessário saber manusear todas essas possibilidades multimídias, isso quer dizer, então, que o jornalismo na web é, naturalmente, multimídia. Não se trabalha apenas com o texto, mas há a possibilidade de se ter, na mesma página, inúmeras outras informações em variados formatos, seja por meio da imagem, do som ou mesmo do vídeo.

Outra possibilidade que se abre com a internet é a de se conhecer cada vez melhor a audiência. Atualmente, não é necessário esperar que cheguem cartas à redação, por exemplo, com críticas ou elogios à determinada matéria. O próprio Google Analytics (serviço gratuito oferecido pelo Google de monitoramento e tráfego) mostra, em tempo real, qual a preferência do leitor. Fora isso, com a possibilidade de interagir com o conteúdo, por meio dos comentários, é possível também para o leitor deixar ali sua crítica ou opinião, tornando-se também protagonista do processo de produção de informação.

Há, claro, nesse processo de tornar-se protagonista do processo de produção de informação, uma possibilidade mais extrema, que é o chamado jornalismo cidadão (ou jornalismo colaborativo, ou participativo). Esse formato, porém, não será utilizado pelo site objeto deste trabalho. Trata-se do jornalismo em que o próprio leitor envia textos ou fotos para determinada mídia, informação essa que irá (ou não) passar por um processo de checagem por jornalistas próprios do veículo, e que depois será publicada, com sua assinatura.

Outro atributo da internet que favorece a produção de textos jornalísticos mais ricos é o hiperlink. Através do uso dos links, é possível "suitar" a informação, dando ao leitor uma possibilidade de leitura muito mais completa e, ao jornalista, a possibilidade de não ter seu texto cortado para que caiba na página do jornal.

Também em relação ao texto jornalístico, a necessidade da objetividade, sempre tão ligada ao jornalismo, e as teorias que conceberam a mídia como espelho da realidade, dá lugar a uma mídia um pouco mais subjetiva, tanto em sua forma de se apresentar como também

dando mais espaço a textos mais subjetivos, como é o caso do Jornalismo Literário, que será melhor abordado mais a frente.

Nesse contexto, a própria mídia se exterioriza, deixando visível seu funcionamento de bastidores. Sendo assim, a mídia não mais diz apenas o que é verdade e o que tem importância, mas passa também a mostrar as incertezas do mundo, deixando claro que as coisas não são dadas mas construídas (idem, p. 50)

Uma maneira de se apresentar esses bastidores da redação na notícia on-line é, por exemplo, quando há a atualização de alguma informação, seja porque houve um erro, indicando sua correção, seja quando surgiu alguma nova informação relacionada ao fato, quando há o seu update.

Ainda, no que diz respeito à internet, há a chamada personalização: tanto os sites podem monitorar o rastro do usuário, observando quais tipos de informações mais lhe agradam, criando seções como "as mais lidas" ou "o que você pode gostar de ler", como, também, o leitor pode criar sua própria página com suas preferências, por meio dos RSS. Assinando o RSS de temas que lhe interessem ou mesmo de sites ou colunistas que mais lhe agradam, o leitor cria sua ferramenta particular de leitura, deixando para trás a página criada pela própria empresa e tendo acesso apenas ao conteúdo que lhe convém.

2.2 JORNALISMO INDEPENDENTE

2.2.1 A emergência do jornalismo digital e do jornalismo independente

Com a chamada revolução digital, muitas mudanças ocorreram no campo do jornalismo, não só nas empresas da grande mídia, como a Agência Estado ou a Folha de S. Paulo, por exemplo, que passaram a tentar se adaptar a esse novo meio, mas, por outro lado, devido às possibilidades que a Internet gerou, com a liberação do polo emissor (LEMOS, 2006), criou-se um ambiente propício para o desenvolvimento do webjornalismo independente.

Se a primeira década do século 21 foi de susto e declínio, a segunda sinalizou com um movimento de renovação, vindo de fora das redações tradicionais. Aproveitando as oportunidades de se conectar aos consumidores de informação sem mais precisar da intermediação das corporações midiáticas e da sua engrenagem de produção e distribuição, grupos de jornalistas (levando a uma nova escala um movimento iniciado pelos blogs), começaram a montar novas organizações de comunicação, sem fins lucrativos, alargando as fronteiras das decisões e, naturalmente, dos discursos editoriais. Produtores de informação antes condicionados às diretrizes ideológicas e comerciais dos grupos que controlavam a grande imprensa agora trabalham a informação a partir de filtros e valores mais diversos. Entre os pioneiros

desse movimento, sobressai-se uma celebrada autonomia editorial e um discurso que retoma o jornalismo com foco no interesse público e no fortalecimento da democracia. (LACERDA, 2016, p. 15)

O contexto da abertura do mundo digital, portanto, atrelado às seguidas demissões que ocorreram nas grandes empresas de comunicação, fez com que começasse a se instituir, no Brasil, o webjornalismo independente. Nesse contexto, grupos de jornalistas se unem a equipes multidisciplinares formadas por designers, programadores, administradores entre outros para dar aos brasileiros acesso à informação de qualidade e formadora de opinião pública que fortaleça os princípios de uma sociedade mais justa e igualitária. (RAMOS, SPINELLI, 2015).

Por mais que a expressão "jornalismo independente" possa, a princípio, parecer redundante – afinal espera-se de todo jornalismo que, de fato, atue com independência, fiscalizando os poderes, observando o cumprimento dos direitos sociais e dando voz aos valores democráticos – o que se percebe, no entanto, é que a expressão aqui é utilizada com o intuito de se enfatizar sua independência em relação à grande mídia, ou seja, aos interesses ideológicos que muitas vezes encontram-se por trás da falsa ideia de objetividade que é passada para o leitor em materiais jornalísticos produzidos por esse setor. Essa, no entanto, não é uma discursão de que queira se ocupar este trabalho. Vale ressaltar, também, que no jornalismo independente, ele é independente da grande mídia, porém o jornalista assume, sim, um lado: o do cidadão.

Para Lacerda (2016), a origem desse movimento emergente se deu com as manifestações ocorridas em todo o Brasil no ano de 2013. De acordo com a autora, ao ter asseguradas condições básicas de sobrevivência, parte da população que antes se encontrava em situação de miséria passou a exprimir uma consciência cidadã, presente no discurso de uma série de manifestações populares realizadas no país (LACERDA, 2013). Sendo assim, a nova cena jornalística digital passou a apresentar um discurso sintonizado com o que se ouviu nas manifestações. Se antes era predominantemente pautado pelas classes econômicas e políticas dominantes, o mapa jornalístico brasileiro começa a exibir uma maior diversidade, reaproximando-se de valores democráticos fundadores da atividade no século 20 (KOVACH; ROSENSTIEL apud LACERDA, 2016).

Outro ponto que merece ser ressaltado em relação à emergência do jornalismo independente no Brasil diz respeito à questão financeira. Embora as iniciativas estejam em busca de uma forma de remunerar seus profissionais, muitas ainda não conseguiram definir um modelo de negócio sustentável.

Em entrevista realizada com Natália Viana, diretora da Agência Pública, um dos exemplos mais consistentes de jornalismo independente do país, para o site da Abraji – Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo – em razão do aniversário de cinco anos da agência, em março de 2016, ela afirma que, em sua avaliação, no ano anterior houve uma explosão de iniciativas de jornalismo independente.

Já havia algumas iniciativas fundadas antes, mas a maioria surgiu nos últimos 12 meses. Vejo uma preocupação grande em produzir jornalismo diferente, instigante, e crescentemente um compromisso em cobrir o que não é bem coberto pela imprensa tradicional; daí o surgimento de muitos sites voltados para nichos de assuntos ou regionais. Há uma grande diversidade de formatos e visual dos sites, assim como do público alvo, e a grande maioria é tocada por jovens jornalistas. Há ainda pouca clareza sobre como essas iniciativas conseguirão a sustentabilidade ao longo prazo, mas há muita disposição e abertura para tentar caminhos diferentes. Finalmente, eu vejo um compromisso e um entusiasmo grande com o simples fazer jornalístico, o que já por si demonstra um ambiente de frescor em uma área que tem sofrido muito com a crise do modelo tradicional e o pessimismo que a acompanha. (VIANA, 2016)

2.2.2 O movimento disruptor

Um dos grandes trunfos dos sites que se enquadram dentro do que se é considerado de jornalismo independente está no fato de que enquanto os grandes meios têm apostado em soluções que insistem em, simplesmente, transpor para o digital aquilo que vinha se fazendo no modelo analógico, o chamado webjornalismo independente vai por outro caminho, apostando em novas iniciativas e utilizando-se das possibilidades que o universo digital oferece.

Desde a época em que foi inventada, há quase 600 anos, por Johannes Gutenberg, a imprensa vem se baseando em um modelo de negócio rentável, com receitas provenientes da publicidade e da venda de jornais. Segundo Costa (2014), porém, desde a emergência das novidades trazidas pela tecnologia e pela comunicação em rede, vêm acontecendo "cortes de custos, queda de faturamento com publicidade, perda de leitores e diminuição do tamanho".

Assustadas com a situação, as empresas vêm, a todo custo, tentando se reerguer. As atitudes, porém, para conseguir tal feito, mostram-se muitas vezes impotentes. Referindo-se ao que ocorreu com o New York Times, que viu sua receita cair, entre 2000 e 2012, de 3,5 bilhões de dólares para 1,9 bilhão de dólares, Costa (2014) afirma:

Seus executores apenas transpuseram para os meios digitais a velha fórmula nascida gutemberguiana, o mesmo modelo do negócio. Primeiro, publicaram em seus sites a mesmíssima produção de conteúdo jornalístico. Segundo, rechearam esta produção com publicidade (ou o que restava dela) e, terceiro, a distribuição do produto passou a ser feita por meio da comercialização das assinaturas digitais.

As mesmas observações, porém, podem ser feitas se observados os jornais nacionais e, também, locais. Fato é que o Jornal da Paraíba, por exemplo, com exatos 45 anos de fundação, teve sua versão impressa fechada no ano de 2016, enquanto que sua versão online ainda buscava maneiras de se manter. Primeiramente, com o lançamento do portal, foi feito apenas a transposição do material que era veiculado no jornal para a versão on-line; depois, criou-se uma equipe formada por quatro jornalistas e dois estagiários para que produzissem material exclusivo para o on-line (enquanto esse ficaria aberto ao público, aquele que era publicado no jornal impresso também estaria disponível no site, porém só teria acesso a ele os leitores que fossem assinantes do portal); com o fechamento da versão impressa, porém, o portal passou a ser alimentado apenas pela produção da equipe do on-line (que continuou se resumindo a quatro jornalistas e dois estagiários), e todas as matérias, portanto, passaram a ser abertas a todos os leitores.

Percebe-se, aí, portanto, que a grande mídia, de fato, tem tido problemas em enfrentar a crise a que foi submetido o jornalismo industrial: veem-se no dilema entre fechar o conteúdo e apostar na receita advinda das assinaturas ou abrir o conteúdo e apostar na receita advinda da publicidade. Um entrave, no entanto, deixa essa equação um pouco mais complexa: se, por um lado, ao fechar o conteúdo e apostar nas assinaturas, os donos dos jornais tenham que competir com uma larga escala de conteúdo gratuito que é oferecido pelos demais sites, observando-se a opção de apostar na publicidade, eles se deparam com um fato um tanto quanto inusitado. Acontece que a publicidade que antes era veiculada no impresso não migrou para o digital (COSTA, 2014).

Pior, em alguns casos, evaporou, sumiu das páginas, impressas ou digitais, dos veículos de comunicação. Foi parar em outros lugares. No Google, no Facebook, no YouTube, no MSN ou no Yahoo – ou no UOL, no Terra ou G1 no Brasil. Principalmente nos veículos digitais que conseguem uma larga escala de audiência. Escala nacional em muitos casos. Escala mundial em alguns casos.

Não é de se estranhar, portanto, que aqueles que tenham uma “mãe-analógica” tenham dificuldade em encontrar novos caminhos na era dos bits.

Para Costa, se quiser se reinventar no modelo digital e tornar-se um empreendimento digital de jornalismo, é necessário, sobretudo, reinventar-se.

A solução começa pelo entendimento da nova cadeia de valor. Os jornais precisam chacoalhar sua forma de se relacionar com as pessoas e respeitar as novas formas delas consumirem informações e serviços relacionados. Em síntese, as empresas jornalísticas têm de mudar seu jeito de ser. A velha fórmula se esgarçou. Vale apenas e ainda para o produto impresso. Não funciona para o produto digital. (COSTA, 2014)

Aparece, nesse momento, a noção de inovação disruptiva, aqui entendido como o conceito criado por Clayton M. Christensen (2012), em que avanços tecnológicos impulsionam possibilidades e públicos inesperados, e não o aperfeiçoamento de produtos e serviços, como frequentemente vem sendo feito. Seria necessário, portanto, para a indústria jornalística entender o momento disruptivo pelo qual passa.

Em "Um modelo de negócio para o jornalismo digital" (2014), após pesquisa realizada na Columbia University Graduate School of Journalism, ao tentar responder à grande questão de como seria possível enfrentar os novos desafios dessa realidade, Costa enumera algumas possíveis saídas baseadas, sobretudo, na necessidade de se investir em tecnologia. Segundo ele, os fundamentos para esta nova cadeia de valor, do ponto de vista estratégico, pode ser resumido em:

- 1) não tem medo de reinventar a empresa, de começar do zero e nem de buscar colaboração dos jovens, os nativos digitais; 2) entender que a indústria do jornalismo na era industrial era um negócio de distribuição e que a nova realidade pede um serviço cuja administração da relação digital com o consumidor passa a ser a chave estratégica; 3) investir em tecnologia; 4) produzir informação de acordo com o espírito de cabeças nascidas digitais (e não analógicas), mirar no público jovem; 5) sintonizar a empresa jornalística com a realidade do compartilhamento da informação e da sua superdistribuição – buscar escala na rede; 6) ampliar o leque de serviços que a empresa jornalística tradicionalmente proporciona, no sentido da oferta de novos produtos e serviços. (COSTA, 2014)

E, no fim, ainda complementa: "Fazer tudo isso sem medo de errar. Porque o erro faz parte do negócio".

No que diz respeito ao caso específico do Jornal da Paraíba, citado anteriormente, é válido, obviamente, fazer uma ressalva. Em 2014, o veículo lançou o Clube Jornal da Paraíba, programa em que, através da interação com o site, os leitores podiam acumular pontos e, assim, trocá-los por benefícios. Quanto mais participasse, mais o sócio teria chances de acumular pontos e trocar pelas recompensas, que variavam entre os mais diversos serviços, como restaurantes, barbearias, ingressos para shows, bônus em lavanderias, etc. A ação assemelha-se a uma das elencadas pelo autor como forma de se inserir no meio digital: "algo no estilo programa de milhagem das empresas aéreas. Além de agregar os diferentes serviços oferecidos, tem possibilidade de apelo para parcerias com terceiros, na área de produtos ou de serviços" (idem). Acontece, no entanto, que ao fechar as portas da versão impressa, o Clube Jornal da Paraíba também deixou de existir.

A atitude, portanto, deixa claro que, de fato, estão sendo buscadas novas soluções, mesmo pelos meios mais tradicionais, para se inserir no mundo digital. O fato do jornal, porém, ter oscilado entre manter seu conteúdo aberto ou fechado, mostra o quanto aqueles que

possuem uma empresa-mãe analógica pode complexificar ainda mais a questão, diferente do que ocorre com aqueles que já nascem no mundo digital, como os sites de jornalismo independentes aqui referidos.

2.2.3 Jornalismo independente como modelo de negócio

Para as empresas que já nascem no formato digital, "livres da influência de uma mãe educada na indústria tradicional do jornalismo industrial" (COSTA, 2013), as tendências disruptivas apresentam-se com maior naturalidade. No Brasil, é possível verificar as alternativas que o jornalismo independente tem utilizado para se manter observando o Mapa do Jornalismo Independente, desenvolvido pela Agência Pública, sobre o qual será feita uma análise mais atenta a frente. O mapa apresenta 70 iniciativas de jornalismo independente no país. Atendo-se ao mapa, percebe-se que essas alternativas variam entre: publicidade no site; doação de pessoas físicas e jurídicas; crowdfunding; editais; trabalhos em parcerias com ONGS e movimentos sociais; oficinas, cursos e eventos beneficentes; patrocínio por leis de incentivo; palestras e projetos especiais; publicação de livros; projetos de brand content; investidor; e venda de camisetas.

Voltando-se mais uma vez para o exemplo da Agência Pública, pode-se observar que este site, em particular, faz uso de outra alternativa: o financiamento realizado por instituições internacionais, como a Fundação Ford e a Open Society.

Nosso maior apoio é da fundação Ford. Mas, no começo, Natália e eu trabalhamos às nossas custas, fazendo frilas. Depois da Ford, conseguimos também patrocínio da Open Society e, hoje, fechamos projetos com patrocínios específicos. Um desses casos foi nossa série sobre a Amazônia, em que tentamos construir reportagens que pudessem trazer uma realidade mais compreensível do que o modo fragmentado como essa região é tratada na imprensa. O projeto foi patrocinado pela Climate and Land Use Alliance (Clua). Ao pedir patrocínio, apenas mostramos o projeto e, se a organização gostar, financia. A Clua não leu nada antes da publicação. Também não aceitamos encomendas, só trabalhamos com nossas próprias pautas. Temos três temas eleitos como prioritários: Amazônia, Copa do Mundo e tortura (direitos humanos). (VIANA, 2013)

Outro ponto válido a ser destacado é que entre agosto e setembro de 2013, a Agência Pública lançou um projeto de financiamento coletivo por meio da plataforma de crowdfunding Catarse. O objetivo era distribuir 10 bolsas de reportagem no valor de R\$ 6 mil para que jornalistas investigassem temas de interesse da população como Copa do Mundo, violência policial, corrupção e direitos humanos. Além dos recursos, a agência forneceu também orientação aos candidatos às bolsas. Das 120 pautas candidatas, 48 foram pré-selecionadas e colocadas em votação no site. Além disso, a fundação Omidyar, criada pelos

fundadores do E-Bay, doou um real para cada um real arrecadado junto ao público, o que garantiu o valor necessário para distribuição de 12 bolsas para os repórteres de todo o Brasil. O voto online dos financiadores que definiu quais seriam essa dúzia de pautas financiadas para publicação no decorrer do ano de 2014 (BRAGANÇA, 2015). Embora a meta fosse de R\$ 47.500, a campanha conseguiu arrecadar R\$ 58.935.

Por fim, vale ainda ressaltar a possibilidade do próprio leitor doar uma quantia para a agência, opção que é apresentada no fim da página e possibilitada pelo uso de ferramentas como o PagSeguro e o PayPal. Por meio dessas ferramentas, o leitor que escolhe a quantia que deseja doar para o site.

Com esses tipos de ações, a Pública se desvincula da necessidade de publicidade para que consiga se manter, buscando alternativas de financiamento "que não interfiram no teor de suas publicações nem no aspecto estético – não há no site da agência nenhum banner de propaganda seja de empresa ou do poder público –, quanto no conteúdo produzido" (idem, 2015).

Outro exemplo que merece destaque no que diz respeito à forma de financiamento é o site da ONG Repórter Brasil, cujo foco são matérias referentes ao trabalho escravo e à promoção de direitos humanos (mais detalhes serão dados mais adiante). De acordo com o tópico "Transparência", no próprio site⁵, a ONG possui convênios com agências das Nações Unidas e instituições norte-americanas e europeias e projetos desenvolvidos com o apoio de institutos e fundações brasileiras, além de pesquisas em parceria com universidades brasileiras e europeias.

Conta também com recursos de convênios com instituições federais via editais públicos, apenas para a área de educação, e com governos estaduais, Ministério Público e Poder Judiciário. E com doações, apoios, patrocínios e anúncios de empresas que atuam em território nacional e recebemos doações de pessoas físicas interessadas em apoiar nossos projetos. (REPÓRTER BRASIL, 2016)

Aqui, resalta-se também a possibilidade do próprio leitor poder financiar o site. Por meio do link "Doe para a RB", o leitor é encaminhado para uma página cujo título é "Com apenas R\$ 9,00 por mês, você ajuda a combater o trabalho escravo no Brasil". Caso resolva assinar, R\$ 9 serão descontados mensalmente do cartão de crédito do leitor e, de acordo com a página "todos os apoiadores receberão, ao final de cada ano de sua contribuição, um relatório digital mostrando como a Repórter Brasil aplicou o seu dinheiro, e um balanço feito por uma empresa independente de auditoria".

⁵ Repórter Brasil. Disponível em <<http://reporterbrasil.org.br/transparencia/>> Acesso em 06 jun 2016.

Ainda de acordo com a página de Transparência do site, em 2011 a organização foi reconhecida pelo Ministério da Justiça como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), o que permitiu o recebimento de doações dedutíveis do imposto de renda por parte de empresas que se identificam com o trabalho e os valores defendidos pela instituição; em 2011, passou a receber doações diretas de pessoas físicas, "o início da construção de mecanismos para garantir e fortalecer a independência financeira da organização"; por fim, em 2013, foi lançada a campanha de assinaturas, referida acima.

De acordo com o balanço patrimonial divulgado no site do Repórter Brasil do ano de 2014 (o de 2015 ainda estava sendo produzido durante a realização deste trabalho de dissertação), a ONG recebeu um total de R\$ 1.934.221,93 divididos entre doação por doadores (doadores, convênios e parcerias) e outras receitas, o que, debitados os custos (com recursos humanos, despesas com manutenção, despesas gerais e investimentos), rendeu um superávit bruto de R\$ 11.787,35.

Iniciativas como essas – da Agência Pública e do Repórter Brasil – apontam para um caminho de sustentabilidade para o jornalismo independente no país. É válido ressaltar, no entanto, que dos 70 exemplos de jornalismo independente elencados pelo mapa do jornalismo independente da Pública, pouquíssimos, ainda, conseguem se manter (na ficha de cada uma, é comum a observação "ainda não consegue se manter"). As possibilidades que se abrem nesse novo universo, porém, e o fato de que algumas dessas iniciativas já têm dado sinais de que podem dar certo, é reflexivo de que, de fato, a palavra de ordem desse jornalismo pós-industrial é experimentar. E, sempre, lembrando a cada instante, as tais palavras de Costa (2014): "Fazer tudo isso sem medo de errar. Porque o erro faz parte do negócio".

2.2.4 O mapa do jornalismo independente no Brasil

A Agência Pública, um dos projetos pioneiros no jornalismo digital independente no Brasil, lançou, em março de 2016, um mapa do jornalismo independente, com o intuito de mapear as iniciativas no país. São levados em consideração três critérios para que a iniciativa seja considerada como tal: terem nascido na rede, serem fruto de projetos coletivos e, ainda, não serem ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas.

Para a produção do mapa, foi seguida a seguinte metodologia: após um levantamento inicial, chegou-se a pouco mais de 100 nomes. A partir daí, foi enviado um questionário com o intuito de confirmar o alinhamento a esses critérios. O questionário continha as seguintes perguntas: A sua organização, entidade ou coletivo produz primordialmente conteúdo

jornalístico? Possui caráter comercial? Qual é a missão da sua organização? Há quanto tempo a organização existe? Como a sua organização se mantém? Qual é a figura jurídica? Qual(is) a(s) cidade(s) de nascimento da iniciativa e de cobertura atual? Qual é a principal plataforma?

Após o recebimento das respostas, algumas iniciativas foram retiradas por não se encaixarem nos critérios definidos pela pesquisa. O site, no entanto, ainda possui o espaço destinado ao leitor sugerir uma iniciativa para fazer parte do mapa. Ao todo, são cerca de 70 sites listados, cada um com uma breve descrição do que se trata e em que área foca, e as seguintes informações: de onde é?; como se mantém?; e o link tanto para o site como para suas redes sociais.

De acordo com a descrição do mapa, blogs não foram incluídos, por, geralmente, serem iniciativas individuais, com tom pessoal, não necessariamente jornalístico e sem a pretensão de se tornarem veículos autossustentáveis, "uma das marcas desta geração que está surgindo no jornalismo nacional" (PÚBLICA, 2016).

O lançamento do mapa marcou, ainda, a contagem regressiva para a inauguração da Casa Pública, o primeiro centro cultural de jornalismo do país, com a missão de discutir, apoiar e fortalecer o jornalismo independente e inovador no Brasil e na América Latina. O centro foi inaugurado no mesmo mês, no Rio de Janeiro. Durante o evento que marcou seu lançamento, a diretora da Agência Pública, Natália Viana, explicou que durante dois anos a Casa teria apoio de quatro fundações internacionais que financiam projetos de direitos humanos e jornalismo independente.

É um espaço para reflexão, troca e incentivo para quem está produzindo jornalismo independente no Brasil. É uma tentativa de olhar para frente, para o que vai ser o jornalismo e como podemos ajudar ao movimento de novas iniciativas que estão pipocando pelo Brasil afora, criadas por jornalistas com o objetivo de voltar à raiz do jornalismo, que é a independência editorial, e como ajudar a fortalecer esse movimento. (...) É um espaço para apostar no novo, no que vai ser o jornalismo. Todo mundo sabe que o jornalismo está em crise, há um questionamento, uma crise de confiança, econômica e cultural. A forma como as pessoas consomem jornalismo mudou. Queremos trazer o jornalista para conversar com o público sobre isso (VIANA, 2016)

Em seu site, a Casa Pública declara que atua em três frentes: 1) eventos: exposições de documentários investigativos, exposições de fotojornalismo, workshops e debates; 2) visitas/residência de jornalistas estrangeiros; 3) laboratórios de produção jornalística com foco em transmídia e tecnologia aplicada ao jornalismo.

Nos seus primeiros três meses de atuação – de março a maio de 2016 –, destaca-se uma ação da Casa: no mês de abril, foi lançada a primeira chamada para as Residências Públicas, programa que tem como intuito acolher repórteres de veículos independentes na Casa Pública. Na primeira edição, o projeto teve como intuito apoiar a cobertura internacional

sobre os impactos causados no Brasil pela Olimpíada e a Copa do Mundo. Foram selecionados quatro repórteres, que ficarão hospedados na Casa Pública entre 20 de julho e 20 de agosto, por pelo menos 15 dias. No total, foram recebidas 177 inscrições de 42 países. Os vencedores são do Chile, Equador, Quênia e Itália / França.

2.2.5 Caminhos já trilhados

Para que se possa dar sequência à produção de uma nova plataforma de jornalismo independente, é necessário, sobretudo, atentar-se ao caminho já trilhado pelas demais iniciativas que, hoje, contam com certa credibilidade no cenário midiático brasileiro. Para isso, esta pesquisa debruçar-se-á sobre a história de dois exemplos, já citados anteriormente: a Agência Pública e o Repórter Brasil.

A agência Pública foi fundada em 15 de março de 2011, pelas jornalistas Mariana Amaral, Natália Viana e Tatiana Merlino – sendo que esta última saiu do projeto ainda no primeiro ano. Sua proposta, desde o início era "contribuir para fomentar e melhorar o jornalismo independente praticado no país" (VIANA, 2014).

Sentimos que era necessário ter um grupo independente de jornalistas dedicados a fazer jornalismo investigativo, que é uma área do jornalismo que está em crise no mundo inteiro — aí sim, por causa do modelo de negócios, que é o da mídia de massas. Um modelo que visa ao lucro. O jornalismo investigativo leva muito tempo para ser produzido, ele não é lucrativo, ele nem sempre vende. No entanto, é extremamente necessário para a democracia. Esse tipo de iniciativa já existe em vários países do mundo, nos Estados Unidos existe desde o final da década de 1970. São organizações sem fins lucrativos cujo objetivo é fazer jornalismo com viés público, jornalismo investigativo, jornalismo sem ser partidário. (VIANA, 2014)

Enquanto que Marina Amaral havia sido fundadora e dona da revista Caros Amigos durante dez anos (saindo em 2007), à época, Natália Viana tinha 10 anos de formada e estava desiludida com o jornalismo – sensação que tem sido bastante frequente nos jornalistas diante dos passaralhos dos últimos anos. Ao sair da universidade, trabalhou como frila na área de livros infantis da Editora Ática, depois na revista Caros Amigos, fazendo frilas para o Estadão e a Abril para complementar a renda, e depois fez mestrado de radiojornalismo em Londres. Quando voltou de Londres, surgiu, então a ideia de fazer aquilo que já era tendência em vários outros lugares do mundo: o jornalismo sem fins lucrativos. A ideia, segundo ela, era dar espaço para que os jornalistas pudessem praticar o jornalismo investigativo, com reportagens de fôlego, visando ao fortalecimento do direito à informação, à qualificação do debate democrático e à promoção dos direitos humanos.

Buscando alcançar tal objetivo, a Pública se apropria "das novas tecnologias e das novas formas de associação que elas permitem - no tempo e no espaço" (VIANA, 2013), assim como só produz reportagens investigativas, com longo tempo de apuração e checagem exaustiva dos fatos.

Como já dito, a Pública, além de ser financiada por agências internacionais como a Fundação Ford, apostou também na plataforma de financiamento coletivo de crowdfunding Catarse. Sobre a iniciativa, Viana comenta que:

Isso eu acho muito bacana, porque beneficia muita gente – o leitor, a Pública, o jornalista que quer ir atrás das suas pauta e não vê oportunidade no mercado industrial – o que não significa que não possa existir; é preciso encontrar uma maneira de viabilizá-lo. (...) (idem, 2014)

E complementa:

Que benefício é dado a quem doa? Poderá votar na reportagem e poderá acompanhar o processo da reportagem. Apela mais a querer se interessar por jornalismo. Por outro lado, no meio desse grande debate que já estava pulsante com a questão da internet e já foi forte na época do Wikileaks, e foi muito forte na época das manifestações [de junho e julho de 2013], principalmente com o fenômeno da Mídia Ninja, o que as pessoas perguntam? Isso é jornalismo, não é jornalismo? E: dá para fazer jornalismo fora da estrutura industrial, digamos, da estrutura de empresa? Dá para fazer jornalismo independente? E a nossa resposta, da Pública, é que dá. De que se precisa? Pensar em novas formas de produção e de financiamento. (idem, 2014)

Na Pública, são produzidas dois tipos de matérias: as reportagens investigativas e as que são produzidas na perspectiva do jornalismo cidadão. No primeiro molde, exigindo um bom tempo de apuração, encaixam-se reportagens como "Severinas: as novas mulheres do sertão"⁶, que retrata como as mulheres do sertão do Piauí inverteram a ordem do domínio familiar porque elas que recebiam o dinheiro do Bolsa Família e decidiam o que fazer com ele, deixando para trás a servidão ao homem. Já no segundo tipo, é possível encontrar a cobertura da Copa do Mundo feita pela Pública, em que, em vez de entrevistar grandes autoridades no assunto, foram priorizadas fontes como, por exemplo, os camelôs, na matéria "Os ambulantes e as zonas de exclusão da Fifa"⁷.

Atualmente, as redes sociais da Agência Pública contam com 129.362 "curtidas" em sua página no Facebook; 25 mil "seguidores" no Twitter e 1.390 "seguidores" em sua conta do Instagram. Seu site possui as seguintes seções: reportagens; especiais; truço no congresso; da redação; casa pública; e quem somos. Ao observar o "quem somos", inclusive, a Pública deixa clara sua política de creative commons: funcionando como uma agência, todas suas

⁶ Disponível em: <<http://apublica.org/2013/08/severinas-novas-mulheres-sertao/>>. Acesso em 8 jun. 2016.

⁷ Disponível em: <<http://apublica.org/2012/04/copa-nao-e-para-pobre-os-ambulantes-zonas-de-exclusao-da-fifa/>>. Acesso em 8 jun. 2016.

reportagens são livremente reproduzidas por uma rede de mais de 60 veículos, inclusos aí alguns dos maiores portais de notícias do Brasil, como o IG, Yahoo! Brasil e o NE10.

Já o Repórter Brasil teve seu início, na verdade, como uma organização de Comunicação e Projetos Sociais, em 2001, formada por cientistas sociais, jornalistas e educadores. Seu intuito, desde o início, é "fomentar a reflexão e ação sobre as diversas situações de injustiça presentes em nossa sociedade, tanto nos casos de flagrante desrespeito aos direitos humanos, como nas condições sociais e estruturais sub-humanas de vida". A organização se estrutura em quatro eixos: jornalismo social, projetos de educação e comunicação, combate à escravidão e pesquisa sobre agrocombustíveis.

De acordo com o que é apresentado em seu próprio site, a Repórter Brasil começou suas atividades realizando oficinas de reportagens chamadas "Jornalismo e Periferia" em bairros de São Paulo. Sua página na internet foi produzida para ser espaço de publicação de grandes reportagens em jornalismo social. Em seu currículo, o Repórter Brasil conta com prêmios como o Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos, concedido na categoria documentário de TV ao documentário "Carne, Osso", finalista do Prêmio Gabriel García Márquez, na categoria inovação, concedido ao projeto "Moendo Gente", o prêmio J&Cia/HSBC de Imprensa e Sustentabilidade, como finalista na categoria Internet com a reportagem "Roupas da Zara são fabricadas com mão de obra escrava", entre diversos outros.

O site é considerado uma agência de notícias. Seu objetivo, ainda de acordo com o próprio site, é "aumentar a circulação de informações a respeito da escravidão contemporânea e de todas as formas de trabalho degradante, influenciando a pauta de outros veículos de comunicação e servindo de subsídio para ações dos três poderes e da sociedade civil". Sendo assim, as reportagens feitas pela equipe de jornalismo da ONG são disponibilizadas no site para livre e gratuita reprodução e, além disso, possui um programa de rádio distribuído semanalmente a rádios comunitárias de todo o país e que está disponível para downloads na internet, sendo mais de 300 mil acessos por mês.

Seu coordenador, o jornalista Leonardo Sakamoto, lançou um blog em 2006, hospedado no portal iG, tornando-se uma referência para a discussão sobre os direitos humanos no Brasil.

Aqui, diferente do que acontece com a Agência Pública, há uma dificuldade em se retratar as propostas do site e sua trajetória devido à carência de fontes ou entrevistas com os integrantes do site em que falem sobre o mesmo, restando à autora desta pesquisa apenas analisar o que está disposto no próprio site. Além disso, percebe-se, também, uma proposta diferente: enquanto a Pública surgiu com foco no projeto jornalístico, a Repórter Brasil teve

seu início como ONG em prol de uma causa, depois surgindo sua veia jornalística (embora desde o princípio tivesse seus pés fincados na área). No entanto, assim como a Pública, percebe-se que se trata, também, de um exemplo de jornalismo independente que, atualmente, conta com credibilidade perante o público e, também, consegue se sustentar, por meio de práticas que não a publicidade, como visto anteriormente.

2.3 JORNALISMO LITERÁRIO OU O IMPÉRIO DOS FATOS E O JARDIM DA IMAGINAÇÃO

2.3.1 As espécies do jardim

O império dos fatos contaminado pelo jardim da imaginação. Tal como afirma Cosson (2005, p. 57), o Jornalismo Literário (ou Novo Jornalismo⁸, literatura não-ficcional, literatura da realidade, jornalismo em profundidade, jornalismo diversional, reportagem-ensaio e jornalismo de autor) trata-se de um gênero no qual se mesclam características do Jornalismo com as da Literatura. Deve-se priorizar a escrita com um valor estético, mas deve-se, também, ter em consideração algumas das principais características do jornalismo diário, como, por exemplo, a apuração rigorosa, a observação atenta, a abordagem ética e a capacidade de se expressar claramente.

Para Pena (2006), um dos principais teóricos sobre o gênero,

os repórteres devem seguir o caminho inverso [do jornalismo tradicional] e serem mais subjetivos. Não precisam ter a personalidade apagada e assumir a encarnação de um chato de pensamento prosaico e escravo do manual de redação (PENA, 2006, p. 54).

O texto, portanto, deve-se apoiar nos seguintes preceitos: potencializar os recursos do jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper as correntes burocráticas do lide', evitar os definidores primários e, principalmente, garantir perenidade e profundidade aos relatos (PENA, 2006). É a chamada “estrela de sete pontas”.

Também de acordo com ele, no entanto, para se produzir um texto do gênero, não se deve apenas fugir das amarras da redação ou exercitar a veia literária em um livro-reportagem. O conceito, em sua amplitude, significa ainda potencializar os recursos do jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper as correntes burocráticas do lide, evitar os definidores primários e, principalmente, garantir perenidade e profundidade aos relatos.

⁸ Embora a aproximação entre Jornalismo e Literatura se dê desde que há o surgimento da imprensa, é na década de 1960, com o manifesto de Tom Wolfe, que dá-se início a um novo movimento, o Novo Jornalismo, que “institucionaliza” essa união que é feita através do uso de técnicas literárias em textos jornalísticos.

Embora muitas vezes confundido com a prática do jornalismo em matérias sobre Literatura, o gênero do qual aqui se pretende falar trata-se, na verdade, da utilização de recursos literários na construção do texto jornalístico, tal como defende Daniel Piza (2004, p. 23), ou, ainda, como afirma Pena, tomando o Jornalismo Literário como um conceito mais amplo e não apenas como um gênero que se caracteriza pela publicação de literatura nas páginas de jornais (PENA, 2006, p. 6).

No Novo Jornalismo, privilegia-se a dimensão estética do texto, utilizando-se para isso os recursos literários. Para Tom Wolfe (2005), jornalista que serviu de porta-voz do movimento, o segredo de um texto de jornalismo literário está em quatro pilares: a construção cena por cena, o diálogo realista, a apresentação de detalhes e o contar a história pelo ponto de vista dos personagens.

Em relação à construção cena por cena, Wolfe afirma que o cerne do texto não é a informação, os dados, mas sim a construção das cenas. A criação de um ambiente figurativo, portanto, trata-se de uma forma muito mais eficiente de se estimular a memória do leitor.

Os escritores mais talentosos são os que manipulam os conjuntos de memória do leitor de tal modo sofisticadamente que criam dentro da mente deste um mundo completo que ressoa com as próprias emoções reais do leitor. Os eventos estão meramente acontecendo na página impressa, mas as emoções são reais. (WOLFE, 1991, p. 47)

Já em relação ao diálogo realista, Wolfe acredita que ele envolve o leitor mais do que qualquer outro recurso e que também define o personagem mais depressa e com mais eficiência (2005, p. 54). Em vez de simplesmente descrever o personagem, o jornalista pode utilizar as suas falas como um recurso para construí-lo. Deve-se enfatizar, ainda, a importância de anotar ou gravar tudo que acontece para que se possa conseguir este efeito.

No tocante ao detalhamento do status de vida, o jornalista deve utilizar-se de detalhes que tenham algum significado simbólico para a história para que, assim, possa construir o ambiente. “Tratava-se do registro dos gestos, hábitos, maneiras, costumes, estilos de mobília, roupas, decoração, (...) e outros detalhes simbólicos do dia-a-dia (sic) que possam existir dentro de uma cena” (WOLFE, 2005, p. 55). Embora muitas vezes considerados meros “bordados” literários, Wolfe defende a utilização destes recursos citando o romance *A Prima Bette*, de Balzac, em que o autor francês usa os objetos da sala de estar dos personagens Monsier e Madame Marneffe para mostrar o status e a aspiração de vida dos personagens. Um tapete barato que se deteriora com o tempo, por exemplo, ou estátuas de gesso que imitam bronze podem ser bastante reveladores da condição de alpinistas sociais.

Por fim, a utilização da técnica do ponto de vista consiste em apresentar a história pelo ponto de vista dos personagens, o que pode ser obtido por meio de entrevistas extensas e perguntas certas. Aí encontra-se também a reconstrução psicológica que deve ser baseada em fatos e investigação profunda dos personagens. É este recurso, portanto, que irá dar ao leitor a sensação de estar dentro da cabeça do personagem, “experimentando a realidade emocional da cena como o personagem a experimenta” (WOLFE, 2005, p. 54).

2.3.2 A trajetória histórica

As características elencadas, no entanto, assim fundamentadas, são de uma fase posterior ao início da aproximação entre Literatura e Jornalismo no Brasil, aproximação esta que se dá, inicialmente, no final do século XIX, quando inúmeros escritores encontram no jornalismo não só a chance de garantir alguma renda mas, também, de atingir um número maior de leitores. Muitos são, portanto, os jornalistas que viraram escritores ou escritores que atuavam como jornalistas. De acordo com Edvaldo Pereira Lima,

a partir da década de 1850 e até o final do século XIX, apenas para citar um marco temporal, trabalharam em jornal escritores como Manuel Antônio de Almeida – autor de Memórias de um sargento de milícia –, no Correio Mercantil (do Rio de Janeiro), José de Alencar – que chegou a redator-chefe do Diário do Rio de Janeiro –, Gonçalves Dias, Joaquim Manuel de Macedo – ambos da Revista Popular – e tantos outros de menor projeção pública (LIMA, 1995, p.174).

É possível lembrar também do caso emblemático de Machado de Assis, um dos principais expoentes da literatura brasileira, que começou a vida profissional como aprendiz de tipógrafo e revisor de jornal, enquanto que em paralelo edificou uma carreira de escritor com seus primeiros versos e novelas.

É, portanto, “como se o veículo jornalístico se transformasse numa indústria periodizadora da literatura da época” (LIMA, 1995, p. 174). Com a generalização das relações capitalistas, no entanto, na virada para 1900, mudaram as relações imprensa-literatura e há uma tendência ao declínio do folhetim⁹, que foi substituído pelo columnismo, assim como a tendência para a entrevista, que passou a substituir o simples artigo político.

Já na Europa, segundo Lima (2005, p. 180) – e apoiando-se nas palavras do crítico Boris Schnaiderman, assim como nas de Tom Wolfe –, há, no próprio nascedouro do

⁹ “O termo francês *feuilleton* não se referia inicialmente aos romances publicados em periódicos. Quando apareceu pela primeira vez no *Journal des Débats*, denominava um tipo de suplemento dedicado à crítica literária e a assuntos diversos. Mas a partir das décadas de 1830 e 1840, a eclosão de um jornalismo popular, principalmente na França e na Grã-Bretanha, mudou o conceito, incorporando-o à nova lógica capitalista. Publicar narrativas literárias em jornais proporcionava um significativo aumento nas vendas e possibilitava uma diminuição nos preços, o que aumentava o número de leitores e assim por diante (PENA, 2005)

romance, o desejo de se praticar uma literatura da realidade. Acontece que, muitas vezes, é possível perceber a convivência pacífica, em um mesmo terreno, da ficção e da factualidade. É o chamado realismo social, que teve contribuições de autores como Cervantes e Rabelais, mas que atingiria seu auge com nomes como Balzac, Dickens, Mark Twain, Dostoiévski, Tolstói e outros, também no século XIX, mas que a partir da década de 1870 começa a definhar, pois parte da comunidade literária começa a se inquietar pensando que o romance estava se tornando muito limitado ao cotidiano e estaria perdendo uma missão maior, moral, mítica, que teria a cumprir, e acaba por definhar em 1920.

É em terras norte-americanas, porém, que começam a ter origens as raízes do New Journalism (ou Novo Jornalismo, a partir do momento em que chega ao Brasil) – movimento que irá deslançar a partir da década de 1960 e cujas características são utilizadas como base para a produção do objeto deste projeto. Após a Primeira Guerra Mundial, alguns autores voltam a utilizar-se do realismo social, e a partir de 1930, outros, como Ernest Hemingway, com seu livro *Paris é uma festa*, passam a dar intensas contribuições para a renovação estilística da narrativa em profundidade.

Acontece que, mesmo os escritores que se utilizavam de recursos jornalísticos, como Hemingway, utilizavam o jornalismo como meio e não como fim, vendo-o como um tipo de atividade inferior. Somente com a chegada do New Journalism é que, de fato, passou-se a se buscar um equilíbrio entre os dois gêneros.

A chance que o jornalismo poderia ter para se igualar, em qualidade narrativa, à literatura, seria aperfeiçoando meios sem porém jamais perder sua especificidade. Isto é, teria de sofisticar seu instrumental de expressão, de um lado, elevar seu potencial de captação do real, de outro. Esse caminho chegaria a bom termo com o New Journalism. (LIMA, 1995, p. 191)

A corrente teve seu início, a princípio, devido à divisão entre aqueles que escreviam matérias quentes e os que se dedicavam ao feature¹⁰, escrevendo matérias frias. Esses, os responsáveis pelo feature, passaram a escrever tomando como base a efervescência das transformações sociais, comportamentais e culturais da contracultura e de correntes paralelas que agitavam os Estados Unidos. Foi aí que os jornalistas passaram a sentir, na pele, as transformações que estavam acontecendo na sociedade e a transformá-las em letras, palavras e linhas escritas, primeiramente em features, crescendo para as revistas dominicais de alguns periódicos, amadurecendo para as revistas independentes e, por fim, alcançando o estrelato

¹⁰ O *feature* trata-se de um gênero jornalístico que vai além do caráter factual e imediato da notícia. Através de uma visão aprofundada de determinado assunto, a reportagem são feitas com mais tempo de apuração e geralmente são publicadas nas edições de fim de semana dos jornais.

narrativo no livro-reportagem, que colocou o marco inicial no New Journalism com *A Sangue Frio*, de Truman Capote, lançado em 1966. Para Lima, à objetividade da captação linear, lógica, somava-se a subjetividade impregnada de impressões do repórter, imerso “dos pés à cabeça” no real. Eis aí o momento em que, após séculos caminhando com estradas em paralelo, que ora se imbricavam, ora se separaram, dá-se início, “institucionalmente”, à junção entre Jornalismo e Literatura e, mais que isso, o Novo Jornalismo alcança um status literário próprio.

No livro *Capote, uma biografia*, o autor Gerald Clarke (2006, p.336-337) discute o fato de *A sangue frio* ser considerado, pelo próprio Truman Capote, como um novo tipo de literatura e um romance de não-ficção:

Durante muito tempo Truman sustentou que a não-ficção poderia ser tão artística e atraente quanto a ficção. Segundo ele, a única razão de em geral ser considerada uma espécie inferior da literatura era ser escrita quase sempre por jornalistas que não estavam equipados para explorá-la. Somente um escritor “com total controle das técnicas ficcionais” poderia conferir a ela o status de arte. “O jornalismo se move no plano horizontal, conta as histórias; a ficção - a boa ficção - move-se verticalmente, mergulha fundo nos personagens e nos fatos. Ao tratar um fato real com essas técnicas, é preciso fazer essa síntese”, disse ele. Porque os bons ficcionistas desdenhavam a reportagem e os repórteres não aprenderam a escrever a boa ficção é que essa síntese ainda nunca tinha sido feita e a não-ficção nunca realizara seu potencial. Truman insistia ser o primeiro a mostrar o que é possível fazer com esse material tão depreciado. Para ele, *A Sangue Frio* era um novo tipo de literatura, um romance de não ficção. (CLARKE, 2006, p. 336-337)

Após a publicação de *A Sangue Frio*, é possível perceber que, ao longo das últimas décadas, aumentaram, cada vez mais, os números de títulos que fazem jus ao Jornalismo Literário em todo o mundo. No Brasil, com a criação da coleção Jornalismo Literário da Cia das Letras, uma importante editora brasileira, por exemplo, já foram lançados mais de 30 títulos do gênero. Um dos primeiros livros da coleção, o célebre *Hiroshima*, por exemplo, de John Hersey, foi feito no Japão em 17 dias, e registrou o ataque atômico americano contra o país asiático na Segunda Guerra Mundial por meio do relato de seis sobreviventes; outro também lançado pela coleção é o *Fama e Anonimato*, de Gay Talese, livro que reproduz um verdadeiro retrato da cidade de Nova York do início dos anos 60.

Gay Talese, em realidade, no prefácio de *Fama e anonimato* fala sobre a sua visão sobre este gênero:

Embora muitas vezes seja lido como ficção, o novo jornalismo não é ficção. Ele é, ou deveria ser, tão fidedigno quanto a mais fidedigna reportagem, embora busque uma verdade mais ampla que a obtida pela mera compilação de fatos passíveis de verificação, pelo uso de aspas e pela observância dos rígidos princípios organizacionais à moda antiga. O novo jornalismo permite, na verdade exige uma abordagem mais imaginativa da reportagem, possibilitando ao autor inserir-se na narrativa se assim o desejar, como fazem muitos escritores, ou assumir o papel de

um observador neutro, como outros preferem, inclusive eu próprio. (TALESE, p. 9, 2004)

E, em seu livro, o que podemos ver é, justamente, como ele mesmo faz uso deste artifício.

2.3.3 O momento atual do jornalismo literário no Brasil

Também nos jornais e revistas de todo o Brasil é possível identificar, atualmente, matérias que utilizam os preceitos do Jornalismo Literário. É o caso, por exemplo, das reportagens escritas pela jornalista Fabiana Moraes para o Jornal do Commercio.

Fabiana Moraes, que hoje atua como professora adjunta na Universidade Federal de Pernambuco, deixando para trás sua participação no Jornal do Commercio, atuação que lhe rendeu três prêmios Esso, é, também, doutora em Sociologia pela UFPE. Seu currículo inclui os livros *Os Sertões*, *Nabuco em Pretos e Brancos*, *No País do Racismo Institucional* e *O Nascimento de Joicy*.

Sua primeira série de reportagens a ganhar notoriedade foi *A Vida Mambembe*, publicada no JC em 2007, que retrata a vida de artistas de circos itinerantes que circulam pela periferia do Recife e outros municípios nordestinos, oferecendo espetáculos a preços populares. Na série de reportagens, ela apresenta os bastidores por trás das lonas de uma realidade que envolve a realidade da periferia nordestina: pais com inúmeros filhos, casais que sobrevivem com uma renda de R\$ 35 por semana, pessoas que se submetem a um trabalho muitas vezes degradante para conseguir sobreviver. O texto se constrói, paulatinamente, por meio dos personagens.

A voz do narrador se faz presente para indicar essas camadas de leitura: ao descrever a apresentação recheada de gestos obscenos do palhaço Chupetinha, representado pelo menino Lardi, de apenas 6 anos, a repórter adiciona à descrição da cena o comentário de que se trata de um “espetáculo meio triste e constrangedor”. O aspecto autoral e o tom de voz assumido se fazem importantes na medida em que sustentam um olhar de desnaturalização das cenas descritas. Fosse apresentado como mera coletânea de “fatos que acontecem nas periferias do Recife”, o texto perderia sua capacidade de causar estranhamento. O olhar encarnado por Fabiana em suas reportagens parece sempre imbuído da missão de dar a ver a dor do outro, sem potencializar seu sofrimento com matizes de tragédia ou exotismo. O cuidado vai no sentido de garantir que o personagem não seja, justamente, transformado em palhaço de circo a serviço do divertimento dos leitores. (COSTA, 2015)

Outros momentos em que se pode perceber essa voz autoral da repórter presente nas reportagens são em matérias especiais como *Casa-Grande e Senzala* (2013), em que, por meio da comemoração dos 80 anos da mais conhecida obra de Gilberto Freyre, "o JC traz o

cotidiano de jovens que, desde a infância, sofrem com a exploração sexual" (são jovens mulheres prostitutas do Recife); Os Sertões, em razão do centenário de morte de Euclides da Cunha, quando a jornalista "se propôs a retilhar os passos da primeira grande experiência brasileira de ida do repórter ao encontro da realidade" (COSTA, 2015, p. 103) e "percorreu 4.713 quilômetros de estradas, visitando cidades sertanejas do interior de Pernambuco, Bahia, Ceará e Alagoas", que lhe rendeu o principal prêmio Esso em 2009, com a reportagem composta por 14 perfis; e, ainda, em sua última reportagem a vencer o prêmio Esso, O Nascimento de Joicy, que também foi transformada em livro, em que relata a vida de uma transexual alagoana prestes a passar por uma cirurgia de mudança de sexo (foram cinco meses de apuração durante os quais Fabiana conviveu com Joicy antes, durante e depois da cirurgia).

No trabalho de Fabiana, é possível observar algumas outras características do Jornalismo Literário, além da presença da voz autoral da jornalista. Além disso, vale ressaltar que a voz autoral da jornalista é utilizada, muitas vezes, para apontar "a distância entre quem narra e quem é o assunto da narrativa" (COSTA, 2015, p. 103), como pode ser visto na reportagem Casa Grande e Senzala, no momento em que, ao virar em um beco, ela se depara com dois policiais armados e se assusta, mas percebe que os moradores do local não.

se para mim a correria dos policiais com armas em punho indicava que algo muito sério estava acontecendo, para Buiú e os outros, não: 'Ah, isso é quase todo dia, moça. Sempre tem gente aqui apanhando de graça, contou José, que já foi espancado mais de sete vezes por equipes da Patrulha do Bairro – sua esposa, Rejane, também (MORAES, 2013)

Outro ponto a ser destacado é que, de acordo com a própria autora, um dos elementos comuns a todos os seus trabalhos é o esforço de superação do senso comum sedimentado diariamente pela prática jornalística (MORAES, 2013, p. 174), o que remonta a um dos principais pilares do JL. Também se pode perceber em seu trabalho a utilização de recursos estilísticos, quando no especial Os Sertões são inseridos alguns trechos de livros como Grande Sertão: Veredas.

Mais exemplos de reportagens que apontam a prática do Jornalismo Literário podem ser encontrados na revista piauí, lançada em 2006, com a proposta de reunir reportagens menos factuais e mais aprofundadas. Publicação no site da revista no início de sua circulação nas bancas apontava que ela é feita para "durar um mês nas mãos dos leitores" (ORSATTO, 2009). Idealizada pelo cineasta João Moreira Salles, que atua até hoje como editor e colaborador da revista, a revista não tem linha editorial definida, o que faz com que se aproxime ainda mais da proposta do JL, conforme Salles explica:

O que sabemos é que a revista não tem a pretensão de explicar o país. Não precisamos cobrir os 'grandes temas nacionais', podemos ficar no micro. Ao invés de fazer a matéria definitiva sobre violência, preferimos publicar o diário de um policial. Melhor contar a história de uma escola do que convidar alguém para fazer um ensaio sobre a educação no Brasil. E podemos escapar inteiramente de temas chatos, como reforma ministerial e discussão do orçamento. Do jeito que a piauí está imaginada, temos muita liberdade para improvisar. No limite, é quase se, a cada número, tivéssemos uma revista nova. (SALLES apud GNONE, 2010)

Apoiando-se na pesquisa de Orsatto (2009), é possível, por exemplo, observar dois exemplos de matérias veiculadas na revista que apontam a aproximação com o JL: "How do you do, Dutra", uma reportagem mostrando os personagens e a paisagem que caracterizam os 402 km de uma das rodovias mais importantes do país; e "Na moita", referente à guarda do filho da cantora Cássia Eller, "Chicão", mostrando como a rotina entre o adolescente e a viúva da cantora, com quem ficou a guarda, é pacata.

Conforme afirma Orsatto (2009), as características que permitem relacioná-los ao jornalismo literário, são: a) a riqueza da narração e da descrição, b) o registro de características simbólicas, c) o trabalho com a linguagem, d) marcas da subjetividade do repórter/autor, e) o rompimento com a periodicidade e a atualidade.

Diante de tais experiências, é possível observar, portanto, que embora ainda seja pequeno o número de práticas do Jornalismo Literário, quando comparado ao chamado jornalismo tradicional, o gênero vem ganhando espaço no país. Fato é que, conforme aponta Martinez (2009), analisando os trabalhos publicados no âmbito da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), de 2001 a 2006, foi constatada a presença de 27 papers sobre o tema, sendo 23 deles concentrados nos três últimos anos da pesquisa. A pesquisa, que abarcou desde trabalhos de iniciação científica a teses de doutorado, apontou 15 trabalhos de revisão à literatura, 10 estudos de casos e 2 pesquisas participantes.

Ela, porém, aponta que os estudos encontrados são referentes, principalmente, à retomada de experiências históricas de aproximação entre o jornalismo e a literatura, sobretudo do século XIX e XX, ficando "evidente, portanto, a lacuna de estudos sobre o gênero no momento atual. O que leva a uma das falácias que cercam esse campo, a de que o Jornalismo Literário não é praticado nas redações atuais" (MARTINEZ, 2009). Por outro lado, Villas Boas (2011) aponta que o cenário atual é propício para o desenvolvimento de iniciativas literárias no jornalismo.

Além disso, referindo-se novamente à "estrela de sete pontas" relatada por Pena (2006), chama-se atenção para dois fatores que merecem destaque por tratarem de

características que justificam o produto objeto deste trabalho. Em primeiro lugar, a questão da cidadania.

Segundo o autor (2006),

(...) é preciso exercitar a cidadania. Um conceito tão gasto que parece esquecido. Tão mal utilizado por quem não tem qualquer compromisso com ele que caiu em descrédito. Mas você não pode ignorá-lo. É seu dever, seu compromisso com a sociedade. Quando escolher um tema, deve pensar em como sua abordagem pode contribuir para a formação do cidadão, para o bem comum, para a solidariedade. Não, isso não é um clichê. Chama-se espírito público. E é um artigo em falta no mundo contemporâneo. (PENA, 2006)

Aqui, destaca-se: no jornalismo independente que vem sendo praticado no Brasil, como já visto, imperam as causas sociais, questões ligadas aos direitos humanos, como observado nas pautas que preenchem as páginas dos sites abordados. Observa-se também que a questão da cidadania é um dos principais preceitos do Jornalismo Literário, o que torna favorável a ligação entre os dois gêneros.

Outro ponto que merece destaque põe o webjornalismo como a seara adequada para o desenvolvimento de textos do Jornalismo Literário: a extensão dos relatos desenvolvidos neste tipo de gênero. De acordo com Pena (2006), devido à sua preocupação em contextualizar a informação da forma mais abrangível possível, mastigando as informações, relacionando-as com outros fatos, comparando-as com diferentes abordagens e localizando-as em um espaço temporal de longa duração, os textos tendem a ser extensos, sendo difíceis de colocá-los no exíguo espaço de um jornal. Tendo a internet a fluidez do espaço disponível, percebe-se, portanto, que este é um dos ambientes mais adequados à composição destes textos.

3. METODOLOGIA

O presente projeto caracteriza-se como um estudo exploratório de natureza teórico-aplicada, que une estudos de bibliografias sobre jornalismo literário, webjornalismo e jornalismo independente à produção de um site de jornalismo independente cujo produto sejam matérias escritas segundo a lógica do Jornalismo Literário.

Enquanto pesquisa bibliográfica, ressalta-se que esta é, também, do tipo documental, tendo em vista que a pesquisa documental "recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais (...)" (FONSECA, 2002, p. 32), enquanto a pesquisa bibliográfica restringe-se ao levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros e artigos científicos. A necessidade de se recorrer, também, à pesquisa documental, é explicada pela escassez de fontes que atualmente existem sobre os assuntos tratados, tendo em vista que tratam-se, em geral, de temas bastante contemporâneos, cujos estudos ainda estão sendo realizados.

Já no que diz respeito à aplicação dos conhecimentos apreendidos, estes foram aplicados na produção do site ARRUAR, que conta com quatro seções (grandes reportagens, perfis, fotojornalismo e curadoria), cujas metodologias serão explicadas, cada uma, a seguir.

3.1 GRANDES REPORTAGENS (SINAL VERMELHO)

Considerado o gênero nobre do jornalismo, a reportagem é caracterizada por tratar os fatos com profundidade, conforme explica Sousa (2001):

O principal objectivo de uma reportagem é informar com profundidade e exaustividade, contando uma história. No meio jornalístico ouve-se frequentemente a expressão “uma reportagem é uma notícia vista à lupa”. Mas, neste género, procura-se ainda que o leitor “viva” o acontecimento. Para o conseguir, a reportagem pode abrigar elementos da entrevista, da notícia, da crónica, dos artigos de opinião e de análise, etc. Desta perspectiva, pode considerar-se a reportagem um género jornalístico híbrido, que vai buscar elementos à observação directa, ao contacto com as fontes e à respectiva citação, à análise de dados quantitativos, a inquéritos, em suma, a tudo o que possa contribuir para elucidar o leitor. (SOUSA, 2001, p. 259)

Ainda, estabelece Lima (2004), a reportagem seria o instrumento do jornalismo para escapar à ditadura draconiana da atualidade, tendo em vista que seu principal objetivo não é, como na matéria factual, esclarecer o real ao leitor, mas, sim, aprofundar-se na realidade, buscando um certo conhecimento de mundo.

Para o autor, o primeiro processo de produção da reportagem seria a pauta, sendo ela “a definição de rumos, o estabelecimento de diretrizes que, quando mal administrada, conduz a matéria a terrenos poucos férteis” (LIMA, 2004, p. 68), algo como o “preparo da navegação de um avião a jato de passageiros”. Aqui, pontua-se a questão da angulação: a necessidade de se observar sob qual perspectiva a matéria será desenvolvida. E, ainda, “ter como princípio o conhecimento de que embutido na mensagem jornalística está o relato de um conflito” (LIMA, 2004, p. 74).

Conforme explica Lima, “a construção da pauta que visa ao conhecimento da realidade deve localizar os conflitos e transcende-los, para identificar as causas, os efeitos, as linhas de forças que os determinam” (LIMA, 2004, p.76), pois

detectar esses conflitos, circunscrever seu sentido, antecipá-los no tempo, buscar suas raízes na interação sistêmica estrangulada são tarefas nobres da reportagem que se proponha a ultrapassar a epiderme rasa dos fatos e penetrar no âmago das questões contundentes do nosso tempo. (LIMA, 2004, p. 80)

Em linhas mais práticas, observa-se que a pauta deve conter itens como a definição exata do assunto a ser abordado e seus objetivos, a formulação dos problemas e um plano de captação (AMARAL apud LIMA, 1981).

Finalizada a etapa da pauta, vem, então, a etapa da captação, aí estando como um dos principais instrumentos a entrevista jornalística, sendo que esta, porém, deve ser utilizada como um diálogo interativo entre entrevistador e entrevistado.

No projeto objeto deste projeto, pretende-se utilizar a entrevista tendo como princípios aquilo que é colocado por Edvaldo Pereira Lima:

Seu papel (o do jornalista), quando bem-sucedido, é o de tanto criar identificação e projeção quanto o de estabelecer um distanciamento crítico consciente, vívido. Em outras palavras, sua missão é estimular, criar um clima autêntico de conexão entre entrevistado e receptor. É auxiliar a compreensão do real mas também colocar a dose adequada de emoção, sem a qual nenhum ato comunica na dimensão humana o que o jornalismo pretende. (LIMA, 2004, p. 90).

Busca-se, sobretudo, o uso das chamadas histórias de vida, ou seja, “entrevistas livres acompanhadas de observação participante¹¹, desenvolvidas pelas ciências sociais e, sobretudo pela antropologia” (LIMA, 2004, p. 93), tendo como objetivo a captação do ponto de vista de cada indivíduo sobre os fenômenos sociais, perspectiva que se alinha à proposta do Jornalismo Literário, de humanização da reportagem. Além disso, será feito uso, também, da observação, para que por meio dela possa captar detalhes do ambiente ao seu redor, alinhando-se mais às características basilares do JL postas por Wolfe (2005), citadas acima.

¹¹ “Não há como retratar a realidade senão com cor, vivacidade, presença. Isto é, com mergulho e envolvimento total nos próprios acontecimentos e situações, os jornalistas estão tentando viver, na pele, as circunstâncias e o clima inerente ao ambiente de seus personagens” (LIMA, 2004, p. 122).

Com isso, pretende-se que o jornalista transcenda a simples função de organizar o real em ordem cronológica e, assim, recuperar “a esquecida faculdade de escutar, base tradicional dos relatos do passado” tendo em vista que “a narração envolve uma finalidade que ultrapassa o meramente informar. Compreende uma reconstrução do real, uma reconstrução em que o emocional-racional e o racional se equilibrem, em que o real e o imaginário convivem” (LIMA, 2004, p. 96). Aqui, rejeita-se o mito da objetividade tantas vezes imposto pelos manuais de redação, tendo como base a ideia de que

não pode haver neutralidade, imparcialidade, verdade absoluta, quando os mecanismos de captação do real são condicionados por uma série de fatores pessoais – do repórter, sua formação, sua cosmovisão – e conjunturais – da empresa jornalística, seu escopo ideológico, seus comprometimentos nos planos econômicos, político, social –, que limitam a compreensão do mundo. (LIMA, 2004, p. 100).

A estrutura dos textos, portanto, fugirá dos parâmetros da pirâmide invertida, modelo criado para dar a falsa ideia de objetividade aos textos noticiosos. Aqui, não se trata de negar a racionalidade da prática jornalística, mas, sim, de “assumir a relatividade de qualquer visão e tentar, dentro desse limite, abarcar com o máximo de fidelidade possível a compreensão total da realidade – nas câmaras interpenetradas que se puder” (LIMA, 2004, p. 102).

Chegando à última etapa, a da produção do texto, pretende-se dar ao jornalismo uma nova roupagem, diferente da que é vista diariamente nas páginas dos jornais ou, mesmo, nos sites noticiosos, com seus textos factuais. Para isso, será feito uso das técnicas utilizadas pelo Jornalismo Literário, como visto anteriormente. Assim, pretende-se dar ao jornalismo a saída para sua renovação estilística, conforme aponta Lima (2004, p. 138):

A saída para a renovação estilística do jornalismo, para sua renovação como força capaz de comunicar e permanecer, pelo menos no caso da grande-reportagem, transita pela aproximação às formas narrativas das artes. O próprio texto jornalístico deve aumentar seu escopo como narrativa, rejuvenescê-lo. Narrativa, aqui, entendida como o relato de um conjunto de acontecimentos dotados de sequência, que capta, envolve o leitor, conduzindo-o para um novo patamar de compreensão do mundo que o rodeia e, tanto quanto possível, de si mesmo, pelo espelho que encontra nos seus semelhantes retratados pelo relato.

Enfatiza-se, portanto, que o site ARRUAR terá como principal elemento diferenciador de suas grandes reportagens o fato de buscar apresentar temas que digam respeito a problemas sociais por meio, primeiramente, dos relatos de vidas de pessoas que vivenciam na pele as consequências da ordem social que está imposta. Para isso, utilizar-se-á de técnicas das ciências sociais e da antropologia, como a história de vida e a observação, com o intuito de compreender os conflitos em que os indivíduos estão inseridos. Em uma etapa anterior, porém, será estabelecida uma pauta que apontará o ângulo que será apontado pela reportagem

– em geral, o ponto de vista daquele que, normalmente, não tem voz. Por fim, o texto será escrito utilizando técnicas do Jornalismo Literário, já explicitadas no capítulo referente à fundamentação teórica deste trabalho, com vistas à humanização da reportagem e um aprofundamento do tema.

3.2 PERFIS (TROCANDO EM MIÚDOS)

Conforme Sodré (1986) explica,

Há muitas maneiras de escrever uma história, mas nenhuma pode prescindir de personagens. Também são inúmeras as formas de apresentá-los, caracterizá-los ou fazer com que atuem. De qualquer modo, existe sempre um momento na narrativa em que a ação se interrompe para dar lugar à descrição (interior ou exterior) de um personagem. É quando o narrador faz o que, em jornalismo, convencionou-se chamar de perfil (SODRÉ, 1986, p.125).

É válido ressaltar que esse, também, é considerado um gênero nobre, desta vez do próprio Jornalismo Literário (VILAS-BOAS, 2014, p. 271). Trata-se de um tipo de texto biográfico sobre uma pessoa viva, famosa ou não, que se concentra em apenas alguns aspectos de sua vida, e que se torna relevante por, mesmo que se passem meses ou anos após a publicação e o protagonista tenha mudado suas opiniões, conceitos, atitudes e estilo de vida, o texto pode continuar despertando interesses (VILLAS-BOAS, 2014, p. 272). Sendo assim, o site ARRUAR terá como uma de suas seções os perfis, que terão relação com os temas tratados nas grandes reportagens. Dessa forma, será dado mais um passo no propósito de humanizar o jornalismo, pois, com os perfis, tem-se o objetivo de mostrar a vida daqueles que, normalmente, não têm voz, já que, segundo Vilas-Boas, “os perfis cumprem um papel importante, que é exatamente gerar empatia no leitor”, ou seja, “A preocupação com a experiência do outro, a tendência a tentar sentir o que sentiria se estivesse nas mesmas condições do outro; compartilhar as alegrias e tristezas do outro; imaginar as situações do ponto de vista do outro”.

Ele aponta, ainda, que o primeiro passo para humanizar é fugir do ideal da perfeição e evitar maniqueísmos. “Uma pessoa não é isto ou aquilo. Ela é isto, aquilo, aquilo outro e mais um milhão de istos e aquilo totalmente imprevistos”. E aponta o caminho que segue, tal qual pretende-se seguir nos perfis do site ARRUAR:

Em vez de formular hipóteses, entro no mundo da pessoa sem preconceitos, suposições ou teses; tento conhecer algumas de suas facetas (carreira, família, sociabilidade, hobbies, etc.); vou aos lugares que ela frequenta; capto sua visão de mundo e suas marcas de temperamento; e não idealizo ninguém, jamais. As pessoas

são o que são. E que assim sejam. Evito, com todas as minhas forças, ser judicativo e duvido permanentemente do meu “direito” de poder divulgar unilateralmente as qualidades e os defeitos do outro. (VILAS-BOAS, 2014, p. 275).

Ainda segundo o autor, para se tornar personagem de um perfil são necessários dois processos antecedentes: o autor escolher uma pessoa e o convite ser aceito.

Quanto ao ato de escolha, trabalho com os seguintes pressupostos: 1) o ser humano é irrepetível mesmo quando totalmente submisso ou alheio à ordem social à qual pertence; 2) há indivíduos que se diferenciam da multidão por suas atitudes e/ou pensamentos, independentemente de serem conhecidos da mídia, de possuírem hábitos exóticos, de serem difíceis de lidar ou de terem experimentado viradas mirabolantes em sua vida. (VILAS-BOAS, 2014, p. 273).

Aqui, destaca-se que os perfis escritos serão, sobretudo, de pessoas comuns, e não dos chamados definidores primários, ou seja, autoridades que muitas vezes são tidas como as principais fontes das matérias jornalísticas. Buscar-se-ão não os famosos, cujos perfis são colocados nas páginas das revistas de celebridades, mas, sim, as pessoas que enfrentam diariamente o problema social narrado pela grande reportagem, seja uma mulher que foi vítima de violência sexual, seja uma criança que sofre com uma doença cujas consequências interferem o desenvolvimento de sua vida.

Condição básica para a produção de um perfil é a interação autor-personagem (VILAS-BOAS, 2014, p. 273). Além disso, aponta Vilas-Boas, para produzir um bom perfil é preciso pesquisar, conversar, movimentar, observar e refletir.

Tudo dentro do possível, claro, pois cada caso é um caso. Você tem de pesquisar os contextos socioculturais da pessoa; conversar com ela e com as pessoas do seu círculo de relacionamentos; movimentar-se com ela por locais diversos; tem de observar as linguagens verbais e não verbais.

Fazendo a ponte, mais uma vez, com as características do Jornalismo Literário, é possível admitir que trata-se, desta forma, de potencializar os recursos do jornalismo, uma das principais características do gênero, como aponta Pena (2006).

Por fim, destaca-se que, conforme Vilas Boas (2014, p. 280), autores de textos do tipo perfil estão o tempo inteiro atentos a quatro processos tão fundamentais quanto indivisíveis: 1) os espaços; 2) os tempos; 3) as circunstâncias; 4) os relacionamentos.

1. Os espaços são os locais dos encontros do autor com o protagonista e/ou com as pessoas próximas a ele/ela. Os espaços ampliam a percepção sobre o estilo de vida (life style), entre outras coisas.
2. Os tempos compõem a trajetória de vida do indivíduo. Essa trajetória não é necessariamente linear. O tempo está contido no lembrado (pelo protagonista e por seus coadjuvantes) e no vivido (autor e protagonista, juntos, aqui, agora).

3. As circunstâncias englobam o imponderável. Caso o imponderável afete muito o processo de pesquisa e os diálogos, o texto então deve refletir também a consciência do autor sobre o que ocorreu nos bastidores.
4. Os relacionamentos (“infinitos enquanto durem”) trazem à tona as expressões (verbais e não verbais) intrínsecas ao protagonista. Os relacionamentos geram imagens, possibilitam insights e fixam o que é indiscutivelmente próprio dos personagens.

3.3 FOTOS (FRAGMENTOS DE LUZ)

De acordo com Ferreira (2003), durante milhares de anos o homem havia sido um ser puramente visual, embora nos últimos cinco mil anos de cultura e, de forma mais efetiva, nos últimos 500 anos com o livro impresso, o homem deixou esta visualidade de lado em detrimento do verbal / escrito, o que tem sido transformado, porém, com o advento das novas tecnologias de informação, colocando o ser humano novamente como um ser visual.

O advento das novas tecnologias de informação, especialmente a Internet, parecem provocar uma nova revolução no acesso à informação, agora armazenada em novos suportes eletrônicos e em espaços não topológicos e, como consequência direta, um retorno à visualidade na comunicação mediada. Em outras palavras, a comunicação antes mediada pela escrita, tem sido afetada pela mediação dos sistemas virtuais. (FERREIRA, 2003, p. 1)

Referindo-se especificamente ao webjornalismo, Ferreira (2003) aponta que a imagem fotográfica na web, assim como no impresso, em certas ocasiões assume o papel de texto autônomo. "A imagem jornalística deve prescindir de uma legenda ou um texto escrito cuja função é contextualizadora. Isto é, é regra do fotojornalismo, indiferentemente do suporte, que a imagem produzida seja legível e compreensível" (FERREIRA, 2003, p. 7).

Tal característica, assim como a ideia de que a imagem fotográfica "submete o único à reprodução - contribuindo para a derrocada da 'aura' e multiplica as possibilidades de percepção do semelhante" (BENJAMIN apud FERREIRA, 2003, p. 9), - tomando-se como pressuposto, ainda, que "no caso do acervo fotográfico disponível na rede, especificamente nas páginas de jornais online, essa multiplicação seria ainda maior, bastando apenas um clique, não do equipamento fotográfico, mas do mouse ou teclado" (FERREIRA, 2003, p. 9) – , aparecem como razões para que se tenha uma seção específica para as imagens.

De acordo com Philippe Dubois, em seu livro “O ato fotográfico” (1993), há três posições fundamentais que foram defendidas pelos críticos e teóricos da fotografia quanto ao

princípio de realidade próprio à relação da imagem fotoquímica com seu referente. São elas: a fotografia como espelho do real (o discurso da mimese), a fotografia como transformação do real (o discurso do código e da desconstrução) e a fotografia como traço de um real (o discurso do índice e da referência).

Segundo a ótica da fotografia como espelho do real, o primeiro discurso, já no século XIX, percebe-se que enfatizava-se o seu papel como espelho do mundo e, ainda, como acreditava Baudelaire, como algo que iria servir às ciências e às artes.

O papel da fotografia é conservar o traço do passado ou auxiliar as ciências em seu esforço para uma melhor apreensão da realidade do mundo. Em outras palavras, na ideologia estética de sua época, Baudelaire recoloca com clareza a fotografia em seu lugar: ela é um auxiliar (um "servidor") da memória, uma simples testemunha do que foi (DUBOIS, 1993, p. 30).

Assim, diversas pesquisas, portanto, foram, ao longo dos anos, buscando o melhoramento do dispositivo fotográfico, a fim de tornar a fotografia cada vez mais verdadeira, de estar cada vez mais próxima daquilo que os nossos olhos veem.

Em segundo lugar, vem a fotografia como transformação do real, discurso mais predominante no século XX. Trata-se de um movimento crítico de denúncia do “efeito de real”, baseado na inaptidão da fotografia para exibir toda a sutileza das nuances luminosas, assim como outras falhas na representação pretensamente perfeita do mundo real.

A caixa preta fotográfica não é um agente reprodutor neutro, mas uma máquina de efeitos deliberados. Ao mesmo modo que a língua é um problema de convenção e instrumento de análise e interpretação do real (DUBOIS, 1993, p. 41).

Por último, chega-se à fotografia como traço de um real. Entende-se, dessa forma, a fotografia como inseparável de sua experiência referencial, do ato que a funda; no entanto, sua realidade primordial nada diz além de uma afirmação de existência. Tal como afirma Dubois, a foto é em primeiro lugar índice. Só depois ela pode tornar-se parecida (ícone) e adquirir sentido.

Também Pierce refere-se à condição indicial da fotografia:

As fotografias e, em particular, as fotografias instantâneas, são muito instrutivas porque sabemos que, sob certos aspectos, elas se parecem exatamente com os objetos que representam. Porém, essa semelhança deve-se na realidade ao fato de que essas fotografias foram produzidas em tais circunstâncias que eram fisicamente forçadas a corresponder detalhe por detalhe à natureza. Desse ponto de vista, portanto, pertencem à nossa segunda classe de signos: os signos por conexão física [índice]. (PIERCE apud DUBOIS, 1993, p. 49).

Dessa forma, atentando-se mais uma vez à ideia da impossibilidade de se alcançar a verdade dos fatos, colocando, portanto, o jornalista como ser subjetivo produtor das reportagens e, também, das fotografias, o ARRUAR busca, nesta seção, trazer fotos que representem a visão do fotojornalista sobre o tema de destaque das grandes reportagens. Aqui, vale destacar que, como forma de enriquecer o trabalho, foi convidado o fotojornalista Francisco França para produção das imagens do ARRUAR, que conta com 27 anos de experiência nos principais jornais da Paraíba, como os jornais O Norte, Correio da Paraíba e Jornal da Paraíba.

3.4 CURADORIA DAS REDES SOCIAIS (MEGAFONE)

Seguindo o conceito criado por Kurt Lewin, do jornalista como gatekeeper, responsável por selecionar quais fatos e informações chegarão, de fato, ao leitor, esta seção une o antigo conceito - o termo foi cunhado em 1947 - à importância que as redes sociais vêm tendo na sociedade contemporânea, esta seção busca criar o movimento inverso do que, muitas vezes, vem acontecendo. Enquanto que, com frequência, vê-se o usuário fazendo uma espécie de curadoria digital, compartilhando notícias e histórias em seus feeds das redes sociais, esta seção propõe o caminho oposto: a ideia é fazer uma curadoria dos posts dos usuários nas redes sociais. Ou seja, tem-se como proposta apresentar ao leitor uma seleção de posts de usuários nas redes sociais que polemizem assuntos ligados aos direitos humanos. Exemplos disso podem ser, por exemplo, textos de mulheres que problematizem o aborto, ou, ainda, textos que problematizem a descriminalização da maconha.

A curadoria digital, interpretando de maneira ampla, é manter e adicionar valor a um corpo confiável de informação digital tanto para o uso presente quanto para o uso futuro: em outras palavras, é a administração ativa e a estimulação da informação digital em todo o seu ciclo de vida. (PENNOCK apud CATTASINI, ORTH, 2007)

De acordo com Cattasini e Orth (2014), o conteúdo digital que é organizado por um curador é consumido de maneira mais fácil e também cumpre o papel de colocar em evidência fontes de informação que poderiam passar despercebidas. Além disso, uma característica importante desse trabalho é que ele deve ser constante, tendo em vista que "o volume de informação e conteúdo produzido na era digital exige que a seleção e conservação dos dados seja feita com regularidade" (CATTASSINI; ORTH, 2014, p. 14).

Dessa maneira, pretende-se solucionar dois problemas: o primeiro, de atualização do site, pois tendo em vista que as grandes reportagens exigem um tempo de produção mais

extenso, é necessário viabilizar formas de que, durante esse período, o site continue sendo atualizado. Em segundo lugar, tem-se como objetivo não, de fato, solucionar um problema, mas, sim, criar uma comunidade para o site, partindo-se do princípio que a curadoria provoca uma aglomeração de pessoas em torno de interesses em comum (CATTASSINI; ORTH, 2014, p. 14).

Por fim, destaca-se que a curadoria será feita de maneira manual, o que, aqui, coloca o jornalista, mais uma vez, como gatekeeper, tendo em vista que a curadoria "se difere do agrupamento automatizado e baseado em algoritmo porque inclui o elemento do julgamento humano" (VILLI, 2012), e que valoriza a publicação, pois, diante do julgamento do jornalista, pode-se observar uma valoração do que está selecionado dentro da curadoria.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

4.1 ESCOLHA DO NOME

O nome do site – ARRUAR – é um neologismo derivado da palavra RUA. Tem-se como proposta apresentar ao leitor um título em que estejam imbuídas duas ideias: 1. de que o repórter tem que estar, necessariamente, na rua, para que possa, de fato, perceber os problemas da sociedade, para relatá-los (contrastando com a ideia do repórter que apura as notícias apenas por meio do telefone, da própria redação, prática que está cada vez mais comum atualmente, devido ao enxugamento das redações, como visto anteriormente), ou seja, “arruando”; e 2. a noção de um componente poético à proposta do site, o que coaduna com o fato de serem utilizadas técnicas do Jornalismo Literário para a produção das matérias.

4.2 ESCOLHA DO DOMÍNIO

A princípio, o domínio escolhido era o www.arruar.com.br. Ao se tentar realizar a compra do domínio, porém, percebeu-se que este estava disponível. Dentre as opções apresentadas, portanto, escolheu-se o domínio www.arruar.com, por considera-lo como o de mais fácil memorização pelos leitores.

4.3 ESCOLHA DAS CORES

Na produção do layout do site, trabalhou-se com uma palheta com quatro cores: branco, preto, bege e vermelho. A escolha do branco e do preto pode ser explicada pela relação com a ideia de luz e sombra utilizada no logo do site (como será explicado mais abaixo); o bege, por sua vez, trata-se de uma cor neutra, utilizada para fazer, em algumas ocasiões, a passagem do branco para o preto de forma mais amena; por último, o vermelho tem aquela que pode ser considerada a característica mais marcante. Além de ser a primeira cor que o homem vê devido às suas características eletromagnéticas que são de baixa frequência e mais largas, destaca-se que, conforme Farina, Perez e Bastos (2006), o vermelho interfere no sistema nervoso simpático que é responsável pelos estados de alerta, ataque e defesa, aumentando a tensão muscular e a pressão sanguínea. Tendo em vista que a proposta do ARRUAR é, sobretudo, chamar a atenção da sociedade para problemas enfrentados pelas minorias, utilizar-

se desta cor é, também, uma maneira de colocar o leitor em alerta para o assunto que está sendo tratado.

4.4 ESCOLHA DA TIPOGRAFIA

As fontes utilizadas no site – tanto na logo como nos próprios textos do site – foram duas: Bodoni MT e Montserrat. Ambas as fontes são com serifa o que remete à escrita literária, com certa estilização que transmita modernidade.

4.5 CRIAÇÃO DA LOGO

Para a criação da logo, foram utilizadas algumas referências visuais, como arquitetura urbana, ruas e cruzamento de trânsito e luz e sombra da cidade e pessoas.

Figura 01 – Referências utilizadas para criação da logo



Fonte: Dois Cafés Estúdio de Criação

Utilizou-se, como já foi dito, a tipografia com serifa para remeter à escrita literária, com estilização que transmita modernidade. Além disso, utilizou-se a figura de um poste para dar a ideia de colocar luz sobre os problemas que ocorrem na rua.

Figura 02 – Logotipo do site e negativo do logotipo



Fonte: Dois Cafés Estúdio de Criação

4.6 USO DO WORDPRESS

O site é hospedado na plataforma Wordpress, tendo em vista que se trata de uma plataforma fácil de usar, como é estampado em sua própria página (www.wordpress.com), o que pode justificar o número de 50 mil novos sites todos os dias (WORDPRESS, 2016). "Aqui, você pode começar um blog ou site em segundos, sem precisar de conhecimentos técnicos" (WORDPRESS, 2016). Por outro lado, por se tratar de um software open source,

permite também a criação de páginas mais elaboradas, como é o caso do ARRUAR, trabalho feito por um webdesigner contratado.

4.7 REDES SOCIAIS

O ARRUAR estará presente nas seguintes redes sociais: Facebook, Instagram e Twitter, com o intuito de realizar a interação com os leitores e, também, de promover as matérias veiculadas pelo site. De acordo com Recuero (2009), as informações que circulam nas redes sociais tornam-se persistentes, capazes de ser buscadas e organizadas, direcionadas a audiências invisíveis e facilmente replicáveis, o que justifica a presença do site em tais redes.

Segundo dados liberados por Mark Zuckerberg¹², criador do Facebook, atualmente, as pessoas ao redor do mundo gastam, em média, mais de 50 minutos por dia usando Facebook, Instagram e Messenger, o que totaliza 25 horas por mês, ou seja, mais de um dia da vida dos usuários é gasto somente com os aplicativos. Em 2014, esse número era de 40 minutos por dia. Aí está, portanto, mais uma justificativa para o site estar presente em tais redes sociais.

Além disso, o site Alexa¹³ publica um ranking com os 500 sites mais populares na rede com atualizações de cinco em cinco minutos. No dia 11 de julho de 2016, os 20 primeiros registrados foram:

Tabela 02 – 20 sites mais populares na rede

1. Google.com	11. Live.com
2. YouTube.com	12. Taobao.com
3. Facebook.com	13. Bing.com
4. Baidu.com	14. Google.co.jp
5. Yahoo.com	15. Msn.com
6. Amazon.com	16. Yahoo.co.jp
7. Wikipedia.org	17. Sina.com.cn
8. Google.co.in	18. LinkedIn.com
9. Twitter.com	19. Instagram.com

¹² Disponível em <https://techcrunch.com/2016/04/27/facediction/?ncid=rss&utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Techcrunch+%28TechCrunch%29> Acesso em 6 julho 2016.

¹³ Disponível em <<http://www.alexa.com/topsites>> Acesso em 11 julho 2016.

10. Qq.com	20. Weibo.com
------------	---------------

Fonte: Alexa.com (grifo nosso)

O que corrobora com a importância que as redes sociais apresentam atualmente como forma de difundir o conteúdo, o que explica, também, a escolha de tais redes. Segundo Zago (2013),

O jornalismo pode ser entendido como um processo constituído de quatro etapas: apuração, produção, circulação e consumo. (...) Ainda que o processo em tese finalize com o consumo da notícia, ele pode continuar, com o acontecimento sendo posto novamente em circulação pelas mãos dos interagentes, que filtram e comentam a notícia originalmente posta em circulação pelos veículos. Chamamos esta subetapa da circulação jornalística de recirculação, na medida em que a etapa de circulação pode continuar, através de espaços públicos mediados, após o consumo. (p.215)

Esse fenômeno, portanto, da recirculação das notícias, é propiciado por redes sociais como o Facebook, Twitter e Instagram e, embora algumas não tenham sido criadas com o intuito de replicar notícias, caso do Facebook, percebe-se que a quantidade de usuários que atualmente fazem parte dele atua como causa para seu uso.

O Facebook, lançado em 4 de fevereiro de 2004, pelo universitário Mark Zuckerberg, fechou o ano de 2015 com um público de mais de 1,6 bilhão de usuários¹⁴. Na rede, os usuários podem criar um perfil pessoal, adicionar outros usuários como amigos, trocar mensagens, participar de grupos de interesse em comum e curtir das "fanpages" das marcas que lhe despertem interesse, para que possam acompanhar suas postagens. Embora tenha sido criada, a priori, como uma maneira de permitir a interação entre os usuários, não sendo focado em marcas, a rede acabou se tornando, com a adesão cada vez maior de usuários, uma ferramenta capaz de auxiliar o processo jornalístico (BAPTISTA, 2014).

Já o Twitter¹⁵, plataforma que completou 10 anos em 2016, possui uma rede de 320 milhões de usuários ativos mensais, 500 milhões de tuítes enviados por dia, disponibilidade em mais de 35 idiomas e 3900 funcionários por todo o mundo. No Brasil, um dos cinco principais mercados do mundo para o Twitter, 68% dos usuários visitam a plataforma diariamente e, entre os que o fazem através do celular, 58% durante compras, 69% assistindo a programas de TV e 81% para seguir marcas e empresas. De acordo com o VP do Twitter para a América Latina, Guilherme Ribenboim, "o que você tem na cabeça quando abre o

¹⁴ Disponível em <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/01/facebook-anuncia-crescimento-dos-lucros-e-do-numero-de-usuarios-20160127211006500148.html>> Acesso em 6 julho 2016.

Twitter é: vou ler conteúdos, informações que me interessam, de alguém que sigo" (RIBENBOIM, 2016)¹⁶.

Bares, padarias, botecos e cafés são lugares onde pessoas se encontram para trocar informação, opinar sobre as notícias do dia, pedir ajuda, dar risada, criar vínculos, cultivar relacionamentos, falar entre si ou apenas acompanhar as conversas dos outros. Ter essas oportunidades de sociabilização é ao mesmo tempo prazeroso e útil, relaxante e necessário para uma espécie que há milênios sobrevive coletivamente. O Twitter é como o seu bar favorito funcionando dia e noite: a hora que você aparecer encontrará alguns frequentadores habituais e mais outras pessoas relacionadas a eles. Você poderá ficar para um dedo de prosa durante um intervalo no trabalho ou passar horas interagindo e trocando ideias. (Spyer et al., 2009, p. 8)

A plataforma, portanto, é a que mais se aproxima do ideal de se compartilhar informações e notícias.

Por fim, o Instagram, lançado em 6 de outubro de 2010 como exclusivo para Apple, é um aplicativo focado em dispositivos móveis (embora seja possível acessá-lo pela web, não é possível publicar fotos) que permite ao usuário tirar fotos, aplicar diversos efeitos e, depois, publicá-la em suas redes sociais, podendo compartilhá-la ainda em redes como o Facebook, Twitter, Tumblr, Flickr e Swarm. “A intenção desses engenheiros [Kevin Systrom e Mike Krieger - criadores do Instagram] era resgatar a ideia das câmeras Polaroids – câmeras fotográficas de filme, cujas fotos eram reveladas no ato do disparo – e trazer para a modernidade dos softwares a foto instantânea” (FERREIRA; PADILHA, 2014).

Além destas características, algo marcante desta rede social é o uso de hashtags na legenda da fotografia, utilizadas com a função de agrupar imagens relacionadas a determinado assunto, facilitando sua disseminação e o acompanhamento de um conteúdo. Ao aparecer acompanhadas do símbolo "#", ao ter uma foto de uma por do sol, por exemplo, o usuário pode usar o hashtag #pordosol e, assim, sua foto ficará agrupada junto às demais postagens de usuários que também postaram fotos de por do sol.

No dia 21 de junho de 2016, o Instagram anunciou que ultrapassou a marca de 500 milhões de contas ativas por mês¹⁷ sendo, destas, 35 milhões brasileiras, ou seja, 7% do total mundial. Os 500 milhões de usuários publicam mais de 95 milhões de fotos por dia e, com isso, a rede social registra 4,2 bilhões de "curtidas" em todo o mundo diariamente.

Tendo em vista que se trata de uma rede social focada em imagens, a seção do ARRUAR que mais será destacada será a denominada *Fragmentos de luz*, que também é focada no trabalho do fotojornalismo, como explicado anteriormente. Serão postadas, além

¹⁶ Disponível em <<http://projetodraft.com/o-twitter-esta-sendo-uma-plataforma-fundamental-nesse-momento-atual-do-brasil/>> Acesso em 11 julho de 2016.

¹⁷ Disponível em <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/06/instagram-ultrapassa-os-500-milhoes-de-usuarios.html>> Acesso em: 11 julho 2016.

das fotos das próprias reportagens, chamando a atenção do usuário para o site, fotos, também, do making off das matérias, buscando promover a interação com o leitor.

Em todas as redes sociais utilizadas – Facebook, Twitter e Instagram –, tendo em vista que o ARRUAR se trata de um site de jornalismo independente com foco em problemas sociais, serão utilizados, também, materiais de cunho educacional que visem a promoção da cidadania em todas essas redes, como números de estupros que acontecem por dia, instrumentos que as mulheres têm para se defender da violência doméstica, direitos do consumidor, entre outras possibilidades.

4.8 MÉTODO DE FINANCIAMENTO

Como forma de financiamento, o ARRUAR irá apostar em alternativas: 1. financiamento de série de reportagens por meio de campanha no site de financiamento coletivo Catarse; e 2. na plataforma de financiamento coletivo contínuo Padrim. A escolha por tais métodos se deu após a análise das alternativas empreendidas por outros sites de jornalismo independente, como foi mostrado no tópico 2.2.5.

O Catarse chegou ao Brasil em janeiro de 2011 e hoje é a maior comunidade de financiamento coletivo brasileiro. Em 5 anos de operação, foram mais de R\$ 41 milhões apoiados por 270 mil pessoas para tirar mais de 2.500 projetos do papel (CATARSE, 2006). O Catarse funciona da seguinte maneira: amigos, familiares e interessados no projeto podem doar quantias estipuladas em dinheiro por meio da página do projeto na plataforma. São oferecidas recompensas para cada quantia doada (para quem doar R\$ 20, por exemplo, a recompensa pode ser o nome citado no site; enquanto que para quem doar R\$ 50, a recompensa pode ser uma foto emoldurada). Cada campanha tem uma meta (o quanto se deseja arrecadar na plataforma) e um tempo específico (o período que a campanha está aberta a receber apoios).

Figura 03 – Como funciona o Catarse?



Fonte: Catarse

Entre as vantagens apontadas pela própria plataforma para se fazer uma campanha de financiamento coletivo, estão: menos burocracia e agilidade; projetos de todos os tamanhos (cerca de 90% dos projetos que passaram pelo Catarse são de até R\$ 30 mil e 60% deles são de até R\$ 10 mil, sendo na maioria projetos pequenos e médios que não eram contemplados por outras formas de financiamento); e aproximação com o público (ao eliminar intermediários, o crowdfunding ou financiamento coletivo permite a aproximação com as pessoas interessadas, já que muitas vezes os apoiadores não têm tempo para se dedicar a alguma ideia importante e encontra na campanha de financiamento coletivo um meio para participar) (CATARSE, 2016).

Sendo assim, o ARRUAR pretende utilizar-se das campanhas do Catarse para arrecadação de doações para produção de séries de reportagens a cada seis meses, com temas abrangentes e que justifiquem a necessidade mais consistente da necessidade de financiamento. A primeira campanha será feita simultaneamente ao lançamento do site, como será visto mais adiante, no relatório.

Já o Padrim funciona como "uma plataforma de financiamento coletivo contínuo que conecta produtores de conteúdo a seus fãs, permitindo que eles se tornem padrinhos e madrinhas de seus produtores favoritos apoiando financeiramente o seu trabalho" (PADRIM, 2016). Também de acordo com o site, as vantagens do Padrim são: "os produtores são estimulados a produzir mais e melhor conteúdo, tendo apoio e reconhecimento de seu trabalho pelos Padrinhos e Madrinhas; comunidade de Padrinhos e Madrinhas se aproxima de seus produtores de conteúdo e podem ter acesso adiantado ou exclusivo a conteúdo; os recursos do Financiamento são depositados diretamente na conta corrente do produtor; todos os

apadrinhamentos são realizados e recebidos em reais; e os apadrinhamentos podem ser realizados através de cartões Nacionais, Internacionais ou por Boleto Bancário, não havendo taxas adicionais decorrentes de transações internacionais" (PADRIM, 2016).

O serviço se assemelha ao oferecido pelo Catarse, sendo que a diferença está no fato de se tratar de um financiamento coletivo contínuo. Sendo assim, os padrinhos ou madrinhas escolhem a quantia que desejam doar por mês e, também, as recompensas são feitas seguindo a lógica: quem doar, por exemplo, R\$ 50 por mês terá direito a participar de um sorteio de uma foto, enquanto quem doar R\$ 100 terá direito a, além de participar deste sorteio, também de outro cujo objeto pode ser acesso a uma matéria exclusivo mensal.

Dessa forma, o financiamento coletivo contínuo será uma opção para manter os custos do site e, caso possível, também reverter alguma renda para os profissionais do ARRUAR.

4.9 MÉTODO CANVA BUSINESS

Pensando o ARRUAR do ponto de vista do negócio, utilizou-se o Business Model Canvas, mais conhecido como Canvas, para planejar e prototipar a ideia. Dessa maneira, ao invés de um plano de negócios com 30 páginas, tudo é visualizado de uma única vez, em uma só página, em um mapa visual pré-formatado, contendo nove blocos.

O Business Model Canvas foi inicialmente proposta por Alexander Osterwalder, baseado no seu trabalho anterior sobre Business Model Ontology. De acordo com Osterwalder (2011, p. 14), um modelo de negócios descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização. Dessa maneira, o Canvas é estruturado em cima de nove componentes: 1) segmentos de clientes (uma organização serve a um ou diversos segmentos de clientes); 2) proposta de valor (busca resolver os problemas do cliente e satisfazer suas necessidades, com propostas de valor); canais (as propostas de valor são levadas aos clientes por canais de comunicação, distribuição e vendas); relacionamento com clientes (o relacionamento com clientes é estabelecido e mantido com cada segmento de clientes); 5) fontes de receita (as fontes de receita resultam de propostas de valor oferecidas com sucesso aos clientes); 6) recursos principais (os recursos principais são os elementos ativos para oferecer e entregar e entregar os elementos previamente descritos); 7) atividades-chave (ao executar uma série de atividades-chave); 8) parcerias principais (algumas atividades são terceirizadas e alguns recursos são adquiridos fora da empresa); 9) estrutura de custo (os elementos do modelo de negócios resultam na estrutura de custo).

Em workshop do qual a autora deste projeto participou, no dia 18 de junho de 2016, foi apresentado o "Modelo Canvas de Conteúdo", que propõe a adaptação do Canvas para a produção de conteúdo digital, de maneira inédita. E é esta forma, portanto, que se pretende utilizar neste projeto. De acordo com esse modelo, portanto, os nove blocos estão descritos da seguinte forma: 1) sua ideia valiosa; 2) relacionamento; 3) seu público-alvo; 4) seu conteúdo; 5) projeto editorial; 6) networking e colaboradores; 7) custos de produção; 8) canais; 9) resultados e monetização.



5 RELATÓRIO

5.1 PAUTAS

Como apontado anteriormente, que a pauta deve conter "itens como a definição exata do assunto a ser abordado e seus objetivos, a formulação dos problemas e um plano de captação" (AMARAL apud LIMA, 2004, p. 88), coloca-se que as primeiras pautas propostas para o ARRUAR, seguirão os seguintes preceitos:

Tomando-se como base o princípio de que "a indicação dos objetivos que a matéria propõe atingir direciona a condução da pauta, enquanto os objetivos só podem ser definidos em função dos problemas - vale dizer, dos conflitos que os originam - encontrados no universo do assunto" (LIMA, 2004, p. 88), destaca-se que: a primeira reportagem, que toma como gancho os 10 anos da Lei Maria da Penha, tem como objetivo a avaliação dos avanços e obstáculos para os quais a Lei aponta, nesses dez anos, tomando-se como base, principalmente, os números de mulheres que são vítimas de violência, em especial, na Paraíba, onde dados apontam que o número de homicídios contra mulheres cresceu 260% entre 2003 e 2013; já a segunda reportagem parte da perspectiva apontada pelo presidente da Sociedade Brasileira de Dengue e Arboviroses, de que no segundo semestre de 2016 haverá um novo surto da de bebês com malformações provenientes da infecção pelo zika vírus. O objetivo desta reportagem, portanto, será o de compreender como está sendo a vida das mães que ganharam seus bebês no final de 2015 e início de 2016, quando houve o primeiro surto da doença no Brasil.

Já no que diz respeito à formulação dos problemas e um plano de captação, destacam-se abaixo as características de cada uma das reportagens.

5.1.1 Dez anos da lei Maria da Penha

Para dar início às reportagens do site ARRUAR, sugere-se uma matéria que tenha como gancho os dez anos da lei Maria da Penha, completados no dia 7 de agosto de 2016. Embora a Lei Maria da Penha tenha sido considerada pela ONU uma das três melhores legislações do mundo no combate à violência contra a mulher e venha trazendo mudanças culturais importantes, o Mapa da Violência 2015 - Homicídios de Mulheres no Brasil¹⁸

¹⁸ Disponível em: <<http://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2015/11/paraiba-tem-2-maior-crescimento-de-homicidio-de-mulheres-diz-pesquisa.html>> Acesso em 8 julho 2016.

apontou que o número de homicídios contra mulheres cresceu 260% em dez anos. O estudo analisou dados de violência entre os anos de 2003 e 2013 e identificou que o número pulou de 35 homicídios em 2003 para 126 em 2013. Além disso, os dados colocam a Paraíba no segundo lugar do ranking de crescimento de homicídios contra mulheres no Brasil durante esse período, ficando atrás apenas de Roraima, onde o número cresceu 500%. A violência também teve destaque em João Pessoa, a terceira capital brasileira com maior taxa de homicídios de mulheres, com 10,5 para cada 100 mil habitantes.

Tendo em vista tais números, a matéria busca apresentar ao leitor os avanços e obstáculos que a Lei Maria da Penha trouxe, trazendo também relatos de mulheres que sofreram violência doméstica, tendo como objetivo a humanização do tema; além disso, tem-se como intuito estabelecer relações entre a violência contra a mulher e a cultura machista ainda existente na sociedade.

Repórter: Rafaela Gambarra

Fotógrafo: Francisco França

Formulação de problemas:

- Existe um perfil das mulheres que estão mais vulneráveis à violência doméstica?
- O que impede a mulher de fazer a denúncia e faz com que se sujeite a esse tipo de situação?
- Por que, mesmo com a Lei Maria da Penha, aumentou tanto o número de violência contra a mulher?
- O que ainda caracteriza a sociedade contemporânea como machista?
- Onde é possível verificar o machismo nas relações pessoais?
- Em que nível esse machismo contribui para a efetivação da violência contra a mulher?
- Quais os principais avanços e obstáculos da Lei Maria da Penha?

Fontes:

- Centro da Mulher 8 de março
- Centro de Referência da Mulher Ednalva Bezerra
- Delegacia da Mulher Vítima de Violência
- Juizado de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher
- Secretaria de Estado da Mulher e da Diversidade Humana
- Secretaria Extraordinária de Políticas Públicas para as Mulheres
- Psicóloga

- Personagens

Plano de captação: Por meio de órgãos que ofereçam apoio a mulheres vítimas de violência doméstica, deve-se buscar histórias de vida de mulheres que sofreram violência doméstica e que, de alguma forma, foram afetadas com a Lei Maria da Penha. As entrevistas, que devem ser gravadas com o aparelho celular, devem ser longas, dando tempo e espaço para que as mulheres revelem, sobretudo, o que a experiência lhe causou, seus medos e angústias.

5.1.2 Microcefalia

Após o surto de crianças com microcefalia no segundo semestre de 2015, a previsão é de que, no segundo semestre de 2016, haja novamente um maior número de crianças que nasçam com a anomalia. O ARRUAR, portanto, propõe como pauta uma reportagem que mostre o dia a dia das mães que receberam o diagnóstico da doença, buscando responder algumas questões: como ela recebeu a notícia?; quais as principais dificuldades enfrentadas?; como é a personalidade da criança?; quais as limitações que a microcefalia causou?; o que é feito para propor a essa criança uma rotina o mais normal possível?

Além disso, busca-se, também, - embora a matéria tenha como foco a humanização dos números de crianças com microcefalia -, abordar questões relacionadas à própria doença, como, por exemplo, qual a forma de atuação do zika vírus e como é feito o diagnóstico.

Repórteres: Rafaela Gambarra e Valéria Sinésio

Fotógrafo: Francisco França

Problematização:

- Como é, para a mãe, receber o diagnóstico de um bebê com microcefalia?
- O que, psicologicamente, isso acarreta para as mães?
- Como é a vida de uma criança com microcefalia?
- É possível que essas crianças tenham uma expectativa de vida?
- E como será essa vida?
- O que, atualmente, já se sabe em relação à microcefalia causada pela zika?

Fontes:

- Neurologista

- Pediatra
- Psicóloga
- Hospitais de referência: HULW e Arlinda
- Profissionais de reabilitação
- Personagens

Plano de captação: Como ponto de partida, deve-se realizar uma visita à Fundação de Apoio ao Deficiente (Funad), onde devem ser buscadas informações sobre os pacientes com microcefalia, como qual o processo de reabilitação por que eles passam. Deve-se também realizar uma entrevista com um neurologista e um pediatra, para saber mais informações sobre a doença, assim como sobre o desenvolvimento do feto, pois a proposta é que a matéria comece com um relato de um feto, do seu desenvolvimento até a descoberta, por sua mãe, de que ele foi diagnosticado com microcefalia, e termine mostrando como é a vida de uma criança já mais velha que também tenha microcefalia, com o intuito de mostrar às futuras mães que é possível ter esperanças.

5.2 REPORTAGENS

Tendo em vista que "a reportagem de profundidade exige um bom trabalho de documentação, isto é, de estabelecimento de relações entre fatos isolados e situações globais, de interpretação dos significados da contemporaneidade para o leitor" (LIMA, 2004, p. 88), a reportagem sobre a violência doméstica aponta dados que corroboram com a sociedade machista que, por sua vez, fortalecem um ambiente propício à prática da violência doméstica. Os dados em questão são a pesquisa realizada pela Organização para Cooperação do Desenvolvimento Econômico, apontando a discrepância de renda entre gêneros no mercado de trabalho, e o Mapa Mulheres na Polícia 2015, apresentada pela ONU. Após as questões serem levantadas em entrevista com a coordenadora geral da ONG Centro da Mulher 8 de março, Irene Marinheiro, realizou-se uma pesquisa em busca de dados que subsidiassem o que foi apontado, tendo sido encontradas as referidas pesquisas.

No que diz respeito às entrevistas realizadas, em ambas as reportagens, buscou-se: 1. quando as entrevistas eram feitas com personagens, utilizou-se a entrevista do tipo "perfil humanizado, que se caracteriza pela abertura e proposta de compreensão ampla do entrevistado em vários aspectos, do histórico de vida ao comportamento, dos valores ao conceito" (LIMA, 2004, p. 93); e 2. quando as entrevistas eram feitas com especialistas,

buscava-se o efetivo processo de compreensão do real, dando tempo e espaço para que o entrevistado se sentisse à vontade para responder as perguntas. Nos dois casos, as entrevistas foram feitas de maneira a perceber o que o entrevistado tinha a dizer, e não de, simplesmente, responder um questionário previamente elaborado. Isso com o intuito de, de fato, compreender aquilo que o entrevistado tem a oferecer.

Aqui, é válida uma ressalva: pôde-se verificar a diferença que existe entre cumprir uma pauta para um jornal e cumprir uma pauta em se tratando de um projeto de jornalismo independente. Acontece que, no jornal, onde a média de pautas é, geralmente, de duas a três por dia, tendo o repórter ainda que, por semana, entregar uma ou duas matérias especiais, o tempo é escasso, dificultando sua tarefa de compreender o ser humano sem ser por base em dicotomias ou estigmas já estabelecidos. Percebe-se que, ao chegar para realizar uma entrevista com um tempo já estipulado (pois outro repórter está esperando o carro do jornal em outro local ou o fotógrafo precisa fazer alguma foto para cobrir determinado evento que está acontecendo), o repórter acaba perdendo a oportunidade de efetiva compreensão do real, como sugere a proposta da reportagem. Devido à rotina das redações, o repórter fica sobrecarregado, o que, por sua vez, cria um empobrecimento da reportagem. Já em um projeto de jornalismo independente, longe das rotinas extasiantes das redações, o repórter tem mais condições de, de fato, compreender a realidade. Pontua-se também que o tempo estipulado para a produção das reportagens (15 dias) e a equipe formada (dois repórteres e um fotógrafo) também dá condições para que haja essa maior chance de compreensão da realidade.

As entrevistas realizadas também podem ser conceituadas como entrevistas livres acompanhadas de observação participante, as histórias de vida. “Uma entrevista do tipo aberto se define como história de vida uma vez que utiliza a vivência do entrevistado de maneira longitudinal, buscando encontrar padrões de relações humanas e percepções individuais, além de interpretações sobre a origem e o funcionamento dos fenômenos sociais” (BUIIONI apud LIMA, 2004, p. 93).

Na matéria sobre a violência doméstica, foram entrevistadas as seguintes fontes: Rosângela Souza, vítima de violência doméstica; a delegada Amin Oliveira, da Delegacia da Mulher em João Pessoa; a coordenadora geral da ONG Centro da Mulher 8 de Março, Irene Marinheiro; e a coordenadora do Centro de Referência da Mulher Ednalva Bezerra, Gracinha Farias. Além delas, foi entrevistada também a vítima de violência doméstica Fátima Nascimento (nome fictício para preservar a identidade da vítima). Ao partir para a etapa de produção da reportagem, no entanto, a entrevista com a segunda vítima foi deixada de fora da reportagem, seguindo para a outra seção do site onde são colocados perfis, o "Trocando em

miúdos". Essa escolha foi feita visando à fruição narrativa da reportagem. Como o caso ocorreu em 2006, emblematicamente dois meses antes de ser sancionada a Lei Maria da Penha, e por se tratar de uma história bastante forte (que une o machismo de um homem que busca "lavar sua honra", o fato dele se sentir dono da mulher, maltratando-a durante anos, a maneira como ela passou 18 anos sujeita à violência e o quanto, àquela época, os mecanismos de defesa das mulheres ainda eram ineficientes), optou-se por utilizar sua história como fio condutor de toda a reportagem. E aqui ressalta-se que o fato utilizado ao final da reportagem - do momento em que Rosângela queima a lasanha que estava preparando para o almoço e se lembra da possível reação que seu ex-marido teria - só surgiu por conta da capacidade, da repórter, de escutar a entrevistada, dando espaço, inclusive, para possíveis lembranças e divagações. Todas as entrevistas com personagens foram intermediadas pelo Centro da Mulher 8 de Março ou pelo Centro da Mulher Ednalva Bezerra.

Já na matéria da microcefalia, foram entrevistadas as seguintes fontes: a pediatra Juliana Soares, a neurologista Sônia Maia, as psicólogas Jéssica Martins e Karoline Lacerda, a reabilitadora de baixa visão da FUNAD, Ester de Melo, a fisioterapeuta ??? e as mães Claudilene Freire, Camila ??, e Lidiane Oliveira.

As entrevistas foram todas gravadas com o auxílio do aparelho celular mas não com o intuito de poder, mais tarde, transcrever, ao pé da letra, o que os entrevistados disseram, mas, sim, para que pudessem ser lembrados os detalhes considerados importantes.

“A maioria dos jornalistas deixa o gravador fazer o trabalho e pensa que está respeitando o desejo do entrevistado ao transcrever palavra por palavra do que ele diz. Não se dão conta de que seu método de trabalho é desrespeitoso: quando alguém fala, hesita, sai pela tangente, não termina a frase e faz comentários tolos. Para mim, o gravador deve ser usado apenas para gravar o que jornalista poderá utilizar mais tarde, material que ele interpretará e escolherá para apresentar ao seu modo. Nesse sentido, é possível entrevistar alguém da maneira como se escreve uma novela ou poema” (SIMS, 1992, p. 163, tradução nossa)

A matéria da microcefalia foi conduzida também pela repórter Valéria Sinésio, ex-repórter especial do Jornal da Paraíba e também aluno do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB. Ela ficou responsável, porém, somente pelas entrevistas com a neurologista, a fisioterapeuta e a mãe Lidiane Oliveira. O projeto será colocado em prática por ambas as jornalistas, porém, como, neste primeiro momento, o site é também produto do Mestrado desta aluna, optou-se por ficar esta responsável pela maior parte da produção das primeiras matérias.

Passada à fase de produção das matérias, primeiramente, deu-se início à escuta das entrevistas gravadas, momento durante o qual eram transcritos apenas os detalhes ou falas consideradas mais importantes e que fossem ser considerados durante a produção dos textos.

Buscando a experimentação do Jornalismo Literário, utilizaram-se diferentes técnicas em cada uma das matérias.

Na matéria da violência doméstica, como citado, por se tratar de um caso que aconteceu exatamente há dez anos, quando a Lei Maria da Penha ainda não havia sido sancionada, optou-se por utilizá-la como fio condutor da matéria. Para se fazer isso, utilizou-se a técnica do diálogo realista, como maneira de enfatizar o modo machista como o marido tratava a personagem e a técnica do ponto de vista (foram realizadas duas longas entrevistas com a personagem, para que se pudesse realizar a reconstrução psicológica da cena, em que foram levantadas questões como, por exemplo, 'o que você pensou nesse momento?'; 'como você se sentiu?'; ou 'o que você acreditava que iria acontecer?', com o intuito de compreender não somente os fatos ou a sequência lógica com que tinham se desenrolado, mas, mais que isso, compreender o que aquilo havia representado para a personagem e quais emoções teria provocado nela, como ser humano).

Ressalta-se que foi por meio da entrevista, também, que se pode ter acesso a certos detalhes, como por exemplo a roupa que ela estava usando na noite da agressão, utilizada no texto como símbolo do momento em que a personagem, cansada das agressões já sofridas e acreditando na mudança do então marido, põe um vestido indiano e se arruma para ir a uma festa dos colegas de trabalho acompanhada do seu marido, com a esperança de que a partir dali, finalmente, fosse ter uma vida longe da violência do companheiro que destruía sua auto estima e, destruindo sua auto estima, como relatado pelos especialistas entrevistados na matéria e como relatado pela própria personagem, faz com que mulheres vítimas de violência doméstica se descuidem de suas aparências.

Também foi utilizado como recurso estilístico a repetição do trecho “00h05. Sob protestos do então marido, Rosângela aceita sair da festa, mesmo querendo ficar mais tempo por lá”, com o intuito de enfatizar o fato de muitas mulheres cederem às violências dos maridos ou, mesmo, às suas vontades, mesmo essas indicando vestígios de machismo e do sentimento de posse do homem sobre a mulher, acreditando elas que se trata de um evento único ou algo que não merece importância e que, no entanto, acaba contribuindo com a efetivação da violência.

Ao fim da matéria, utilizou-se, assim como em seu início, quando foi relatada a cena em que ocorre a agressão, o recurso da apresentação cena a cena, mostrando ao leitor como a vida da personagem havia mudado e ela tinha dado a volta por cima sem se fazer necessário, porém, de fato, dizer, letra por letra, que ele o havia feito. Para isso, trouxe-se à tona um episódio que havia acontecido na vida da personagem semanas antes da entrevista, em que ela

acompanhada de seu atual namorado, queima a lasanha que estava preparando para o almoço e, ao lembrar-se da possível reação do seu ex-esposo, é surpreendida pelo seu então namorado, que sorri da situação e a convida para almoçar fora. É válido ressaltar, também, que só foi possível ter acesso à cena relatada devido ao fato de, durante a entrevista, dar espaço para a entrevistada falar de lembranças e divagações.

Na matéria da microcefalia, utiliza-se o relato em primeira pessoa, pelo ponto de vista do feto. Para isso, utilizaram-se as informações colhidas em entrevista com a mãe Camila Oliveira, e foi feita, também, uma pesquisa com o intuito de colher informações sobre a evolução da gravidez, mês a mês. A princípio, pensou-se em colocar o relato, exatamente, mês a mês. Essa ideia foi abandonada, porém, para não deixar o texto muito extenso.

A escolha da narração em primeira pessoa utilizando o ponto de vista do feto deu-se pela intenção de sensibilizar os leitores para o fato de que, com ou sem microcefalia, ali existe uma vida humana, com direito à vida e, mais que isso, à qualidade de vida. Outro ponto que visa a humanização da matéria diz respeito à entrevista realizada com as psicólogas Jéssica Martins e Karoline Lacerda, sendo que, desta vez, busca-se a humanização da figura da mãe, mostrando ela como também um ser com seus medos, dúvidas e frustrações.

A proposta de toda a matéria é tirar os bebês da microcefalia da perspectiva dos números, sendo apresentados como uma quantidade de casos confirmados ou não de bebês que nascem com zika e mostrar como é a vida dessas crianças que, mais que números, são pessoas e que trazem inúmeras alterações na vida dos familiares – como alegrias, lamentos e dúvidas.

Durante a produção da matéria, chegou-se até uma mãe chamada Claudilene Freire, que havia perdido seu bebê há menos de dois meses, vítima de complicações causadas por sua condição de microcefalia. Optou-se, porém, pensando nas futuras mães que leriam a matéria e que pudessem ter acabado de receber o diagnóstico de um filho microencefálico, por não apresentar o relato na grande reportagem, deixando este para a produção de um perfil que foi produzido para a seção “Trocando em miúdos”.

Para finalizar a reportagem, optou-se por realizar uma entrevista com a mãe de uma criança com microcefalia que já fosse mais velha, com o intuito de apresentar, às mães, como pode ser a rotina e a vida dessas crianças no futuro. Para narrar a sua história, foi escolhido o recurso do repórter como narrador, para que se pudesse colocar as impressões do repórter durante a entrevista, assim como, também, mostrar como é o contato com uma criança com microcefalia, já com seis anos.

5.3 PRODUÇÃO DO SITE

Para a produção do site, foi contratado o estúdio de conteúdo Dois Cafés, do jornalista Ricardo Oliveira, que atuou durante cinco anos na Reda Paraíba de Comunicação como coordenador de mídias digitais, e, em 2016, após ter deixado o cargo, criou o Dois Cafés com a proposta de incentivar novos projetos na área da comunicação. O jornalista, além de ter trabalhos assinados para grandes empresas como o Sebrae e a Escola Viva Internacional, também possui projetos próprios, como o site Catavento e o canal O Meu Filme Preferido, onde puderam ser observados os serviços que seriam oferecidos, contribuindo para a escolha deste estúdio.

O contrato incluiu: página inicial com chamadas para as reportagens, menu principal e rodapé institucional; página padrão para postagens com layout versátil para formato grande-reportagem, com os elementos-padrão de Wordpress para multimídia; página do blog, com a timeline dos últimos posts e sidebar com widgets de redes sociais; página 'sobre' e 'contato' com texto biográfico e formulário de mensagem; manutenção básica de wordpress visando segurança e performance: atualização de plugins, correção de erros e ajustes básicos, com investimento anual; hospedagem do site para até 15 mil pageviews / mês (aproximadamente; criação de novos e-mails (até 3); e instruções de uso adequado do Wordpress.

5.3.1 Produção do layout

Para a produção do layout do site, utilizou-se, sobretudo, um conceito sóbrio, de sites minimalistas, evitando, assim, a poluição visual. Deu-se destaque, também, às fotografias, como maneira de chamar a atenção do leitor, dando-lhe tempo e espaço para que ele possa se encantar pelas imagens. As grandes reportagens ganham destaque no topo do site, em um carrossel, onde, por trás do título, aparece uma foto que lhe faça referência, e, embaixo do título, aparece o botão "Leia", para que o usuário possa ler a matéria. Abaixo do carrossel, tem-se três chamadas de matérias, com suas respectivas fotos, onde serão distribuídas matérias referentes às outras categorias (Trocando em Miúdos; Fragmentos de Luz; e Megafone). E, por último, aparecem a chamada de mais três matérias, em uma mesma horizontal, onde, com o passar do tempo, serão colocadas as principais matérias do site, ou seja, as mais lidas e que tiveram maior repercussão e que, por isso, merecem continuar recebendo destaque na página inicial. Ressalta-se que para destacar a transição de um nível

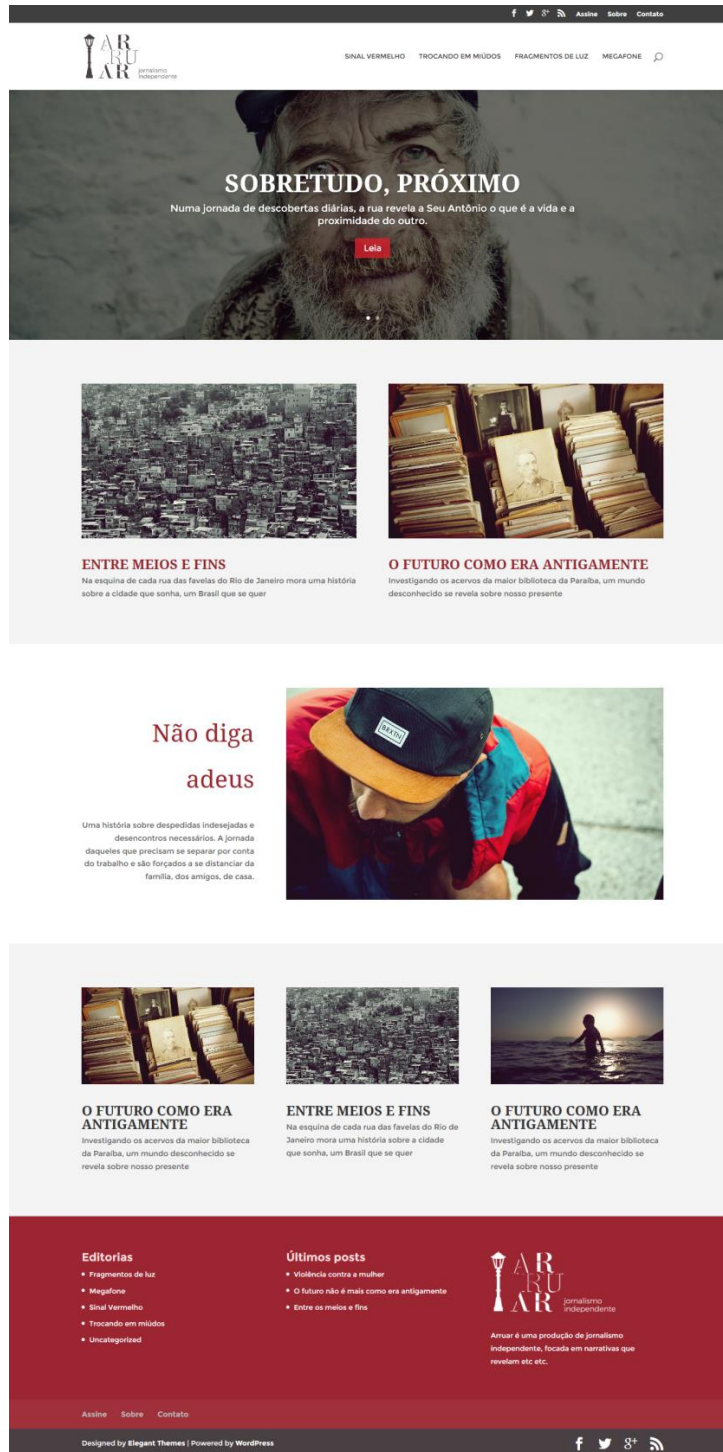
para o outro foram usados tons de cinza e branco, diferenciando-os. No rodapé, o leitor tem acesso às editorias, aos últimos posts, assim como à barra onde estão presentes os botões do "Sobre", "assine" e "Contato", além dos botões das redes sociais.

Na página do texto, há espaço também, no topo, para uma fotografia, que fica por trás do título, subtítulo e nome do autor da reportagem. A página tem seu texto distribuído no centro, com espaços em branco ao seu redor, para que o leitor possa "respirar" enquanto lê a reportagem. Fora isso, como, em geral, tratam-se de textos grandes, é importante que o leitor não se sinta "sufocado" pela quantidade de palavras a sua frente. Com o mesmo intuito, há espaço para aspas no meio do texto, assim como para outras fotografias que podem ser colocadas na edição. Ao fim da página, há o campo para que o leitor possa assinar a newsletter do site, seguido de outro campo onde são inseridas, por meio da edição, matérias relacionadas à da página. Por fim encontra-se o local para que o leitor possa escrever um comentário, com campos para nome, e-mail, website e comentário e, logo em seguida, aparece o rodapé, tal qual na página inicial.

Destaca-se que o site é responsivo, ou seja, ele muda sua aparência e disposição com base no tamanho da tela em que o site é exibido, podendo o leitor acessá-lo por meio do computador, celular ou tablet, sem prejuízo da leitura. Além disso, o menu principal do site é congelado para que, mesmo utilizando a barra de rolagem, o leitor possa ter acesso às outras seções sem a necessidade de ir ao topo do site para isso.

Ressalta-se ainda que o site irá possuir, além das páginas já citadas, uma para a descrição da proposta do site (SOBRE), uma página que permitirá o leitor entrar em contato com os editores (CONTATO), e uma página que irá permitir ao usuário assinar o newsletter do site, recebendo em seu e-mail, portanto, um alerta, a cada vez que for publicado um novo texto (ASSINE).


Figura 04 – Layout da página inicial do ARRUAR



Fonte: Estúdio Dois Cafés

Figura 05 – Layout da página SOBRE do ARRUAR

f t 8+ RSS Assine Sobre Contato



[SINAL VERMELHO](#)
[TROCANDO EM MIÚDOS](#)
[FRAGMENTOS DE LUZ](#)
[MEGAFONE](#)
🔍

Sobre Arruar

Gostamos do jornalismo que permite o envolvimento do repórter com as histórias. Daquele jornalismo que nos prende aos personagens. O jornalismo que conta a história da vida real, que faz com que possamos sentir, em cada linha, o sabor ou o dissabor de ser quem se é.

Nem bandidos, nem mocinhos. Heróis nem vilões. Queremos ir além da dualidade e mostrar a porção humana de cada um. Talvez a porção desumana.

Gostamos daquele jornalismo que não nos deixa dormir pensando em como estão aquelas pessoas que entrevistamos horas atrás. O jornalismo que enche nossos olhos de lágrimas e nos faz entender que a vida, para muitos, é muito mais difícil do que a gente pode imaginar.

O jornalismo que incomoda poderosos, que dá voz aos mais humildes, aos esquecidos, aos invisíveis. Que prefere pessoas a números. Histórias a simples fatos. O jornalismo que luta por mudanças, por direitos, por igualdade.

O jornalismo que revela verdades ocultas, mas que não se afasta da ética. Que respeita as diferenças.

É esse jornalismo que nos move. Que nos faz persistir. E nos faz ir às ruas, em busca de novas histórias, em busca dos outros lados dos fatos, em busca de fazer a mudança que queremos para a sociedade. Em busca, sobretudo, da democracia. E do respeito aos direitos humanos.


É esse jornalismo que nos faz sair de casa e ir ARRUAR.

Editorias

- Fragmentos de luz
- Megafone
- Sinal Vermelho
- Trocando em miúdos
- Uncategorized

Últimos posts

- Violência contra a mulher
- O futuro não é mais como era antigamente
- Entre os meios e fins



Arruar é uma produção de jornalismo independente, focada em narrativas que revelam etc etc.

Assine Sobre Contato
f t 8+ RSS

Designed by [Elegant Themes](#) | Powered by [WordPress](#)

Fonte: Estúdio Dois Cafés

Figura 06 – Layout da página “Assine” do ARRUAR



Fonte: Estúdio Dois Cafés

Figura 07 – Layout da página de contato do ARRUAR

The image shows the contact page layout for ARRUAR. At the top, there is a dark navigation bar with social media icons (Facebook, Twitter, Google+, RSS) and links for 'Assine', 'Sobre', and 'Contato'. Below this is the ARRUAR logo, which includes a lamp icon and the text 'ARRUAR jornalismo independente'. To the right of the logo are navigation links: 'SINAL VERMELHO', 'TROCANDO EM MIÚDOS', 'FRAGMENTOS DE LUZ', 'MEGAFONE', and a search icon.

The main content area contains a contact form with the following elements:

- Two input fields: 'Name' and 'Email Address'.
- A large text area for 'Message'.
- A CAPTCHA question: '2 + 3 ='.
- A red 'Submit' button.

Below the form is a red footer section with three columns:

- Editorias**
 - Fragmentos de luz
 - Megafone
 - Sinal Vermelho
 - Trocando em miúdos
 - Uncategorized
- Últimos posts**
 - Violência contra a mulher
 - O futuro não é mais como era antigamente
 - Entre os meios e fins
- ARRUAR logo and tagline: 'jornalismo independente'. Below it, a short paragraph: 'Arruar é uma produção de jornalismo independente, focada em narrativas que revelam etc etc.'

At the bottom of the footer, there are links for 'Assine', 'Sobre', and 'Contato', followed by 'Designed by Elegant Themes | Powered by WordPress' and social media icons (Facebook, Twitter, Google+, RSS).

Fonte: Estúdio Dois Cafés

Figura 08 – Layout da página de texto do ARRUAR

The image displays a web page layout for 'ARRUAR'. At the top, there is a navigation bar with the site's logo and menu items. The main content area features a large article titled "Violência contra a mulher" with a dark header and a grid of four images. Below this, there is a secondary article titled "Espaço para uma citação bem legal que representa o texto e merece destaque o suficiente para estar aqui?" which includes a large image of a person on a beach. At the bottom of the page, there is a newsletter sign-up form with the text "Receba as nossas reportagens de Atuar diretamente em seu e-mail. Cadastre-se em nossa newsletter:" and a "Submit" button. The footer contains social media icons and a copyright notice.

Fonte: Estúdio Dois Cafés

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Finalizada a etapa de produção do site, assim como de suas primeiras matérias, é possível, ainda que se considere a rápida mutação por que passam os produtos midiáticos atualmente, tecer algumas considerações. A experiência, como dito, proporcionou a autora a possibilidade de produção do jornalismo sem as amarras da redação. Produzir um texto sem a necessidade de cumprir um deadline que geralmente se encerra em menos de 24 horas ou, ainda, realizar uma entrevista sem a necessidade de contar os segundos que ainda restam, considerando a possibilidade de se poder ou não fazer mais uma pergunta, é algo, de fato, encantador. Ainda que pesem as amarras acadêmicas, que fizeram com que, a cada minuto, fosse questionada, pela própria autora, cada ação no decorrer da produção, é verdade, também, que essas amarras possibilitaram a realização de um trabalho mais consciente, assim como, possibilitaram também a reflexão sobre o papel do jornalista e sobre como cada escolha poderia impactar não só o texto mas, sobretudo, a leitura que os visitantes do site fariam dele.

Enquanto surgem dezenas de sites noticiosos, a cada mês, na Paraíba, todos eles factuais, e as empresas de comunicação dão continuidade ao processo de demissões em massa (durante a produção deste projeto, a TV Paraíba, filiada da TV Globo em Campina Grande, demitiu 8 profissionais no dia 1º de julho, ficando extinto o programa "Bom dia Paraíba" de Campina Grande, que passou a ser substituído pelo "Bom dia Paraíba" produzido pela TV Cabo Branco), este projeto, como dito no início, buscou apresentar uma nova saída para o futuro do jornalismo. Embora seja possível, atualmente, observar que o número de iniciativas de jornalismo independente tem crescido em todo o país, observa-se também que, na Paraíba, a postura da maioria dos profissionais da área ainda é de lamentar o fim do jornal impresso e insistir em velhas práticas, como a criação de portais, que passam a entrar na ferrenha disputa pela publicidade que já é distribuída entre tantas outras mídias.

Além disso, pôde-se experimentar, também, o uso de técnicas literárias na produção dos textos, seguindo a estética do Jornalismo Literário, o que possibilitou à autora potencializar a humanização das reportagens, enquanto se vê, diariamente, o sensacionalismo tomar conta dos programas de televisão jornalísticos e das páginas de jornais que ainda sobrevivem.

Dessa maneira, a produção do ARRUAR tornou possível não só colocar em prática o cumprimento da última etapa do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo mas, também, -

e principalmente –, unir elementos da prática e da teoria, com a finalidade de refletir sobre questões trazidas pelo mercado, tal qual é a proposta do Mestrado Profissional.

Uma das observações que se visa fazer, com o site no ar, diz respeito ao tempo que as pessoas irão gastar na leitura dos textos. Isso poderá ser feito através da ferramenta do Google Analytics, que informa qual o tempo médio gasto pelos usuários em uma página. Considerando que a maioria das pessoas lê uma média de 200 palavras por minuto, será possível observar, portanto, se o fato dos textos serem grandes faz com que os leitores saiam da página antes de terminarem sua leitura.

Também se pretende, após um período de aproximadamente seis meses, durante os quais poderá se formar uma comunidade interessada no conteúdo do ARRUAR, lançar uma loja on-line onde serão oferecidos, para o usuário, tanto a possibilidade de comprar fotos do fotógrafo Francisco França, como também serão oferecidos serviços de produção textual, como produção de releases e de textos institucionais, escritos pelas jornalistas Rafaela Gambarra e Valéria Sinésio. Dessa forma, busca-se prover mais uma forma de financiamento para o ARRUAR. A loja virtual será hospedada na plataforma de ecommerce Iluria, onde são hospedadas, em geral, lojas de designers, estilistas e marcas independentes. A escolha se deu pela facilidade de utilização da plataforma e, também, pelo preço cobrado (R\$ 9,90 a mensalidade para 50 produtos).

Por fim, almeja-se ainda a participação de outros profissionais na produção do ARRUAR que possam enriquecer a proposta, como é o caso de um webdesigner que possa criar páginas especiais para as reportagens, criar infográficos para as reportagens e contribuir para a produção de peças para as redes sociais, ou como é o caso de um produtor de vídeo, para que assim as reportagens possam se prevalecer de todas as possibilidades multimídias dadas pela Internet. Assim, tem-se como intuito o fortalecimento de uma proposta de jornalismo independente que possa oferecer, cada vez mais, conteúdo de qualidade aos seus leitores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEXA. **Top sites**. Disponível em: <<http://www.alexa.com/topsites>> Acesso em 3 julho 2016.

ANDERSON, C.W; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista Jornalismo ESPM - Edição brasileira da Columbia Journalism Review**. n. 51, ano 2, p. 30-89, 2012. Disponível em: <http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_5/files/assets/common/downloads/REVISTA_5.pdf> Acesso em 4 abril 2016.

ANJ. **Relatórios de atividades e de liberdade de imprensa - agosto de 2014 a setembro de 2015**. São Paulo, 16 outubro 2015. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/wp-content/uploads/2013/09/2014-2015-RELAT%C3%93RIO-DE-ATIVIDADES-E-DE-LIBERDADE-2014-2015.pdf>> Acesso em: 1 junho 2016.

AQUINO, Maria Clara. Os blogs na web 2.0: publicação e organização coletiva de informação. *In*: AMARAL, Adriana, RECUERO, Raquel MONTARDO, Sandra **Blog.com: Estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo. Momento editorial, 2009

BAPTISTA, Juliana. **Jornalismo nas redes sociais: o uso do Facebook pelos jornais Estadão e Folha de São Paulo**. 2014. 131 f. Trabalho de Conclusão de Curso. (Bacharel em Comunicação Social) - Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo. Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), Bauru, 2014.

CAPAI, Eliza. **Severinas: as novas mulheres do sertão**. 28 ago. 2013. Disponível em: <<http://apublica.org/2013/08/severinas-novas-mulheres-sertao/>> Acesso em 2 junho 2016.

CATARSE. **Financiamento coletivo para todos**. Disponível em: <<https://www.catarse.me/>> Acesso em: 16 julho 2016.

CATARSE. **Financie o jornalismo independente e participe de nossa redação**. Disponível em: <<https://www.catarse.me/reportagempublica2015>> Acesso em 15 junho 2016.

CATTASINI, Lais, ORTH, Gabriela Previdello. **A curadoria social como nova ferramenta para o jornalismo**. *In*: SEMINÁRIO DE PESQUISA DA FESPSP, 3. São Paulo. Anais eletrônicos... São Paulo: FUNDAÇÃO ESCOLA DE SOCIOLOGIA E POLÍTICA DE SÃO PAULO. Disponível em: <http://www.fespsp.org.br/seminario2014/anais/GT6/2_A%20CURADORIA_SOCIAL.pdf> Acesso em 25 junho 2016.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CHRISTENSEN, Clayton M.; SKOK; David; ALLWORTH, James. **Mastering the art of disruptive innovation in journalism**. *In*: Be the disruptor - Nieman Reports, Vol. 66, N.3. Cambridge: 2012, The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University. Disponível em: <<http://niemanreports.org/issues/fall-2012/>>

CLARKE, Gerald. **Capote, uma biografia**. São Paulo: Editora Globo, 2006.

CONHEÇA os vencedores do Concurso de Microbolsas sobre o Judiciário. **Agência Pública**. 23 mar. 2016. Disponível em: <<http://apublica.org/2016/03/conheca-os-vencedores-do-concurso-de-microbolsas-sobre-o-judiciario/>> Acesso em 12 junho 2016.

COSTA, Caio Túlio. **Um modelo de negócio para o jornalismo digital**. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/um_modelo_de_negocio_para_o_jornalismo_digital/> Acesso 15 junho 2016.

COSTA, Lívia Cunto Salles da. **Jornalismo literário: história e experiências contemporâneas nos Estados Unidos e no Brasil**. 2015. 123 f. Trabalho de Conclusão de Curso. (Bacharel em Comunicação Social / Jornalismo) - Curso de Jornalismo. Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro, 2015.

COSSON, Rildo. **Romance-reportagem: o império contaminado**. In: CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex (org). *Jornalismo e literatura: a sedução da palavra*. São Paulo: Escrituras, 2005.

DIP, Andrea. **Os ambulantes e as zonas de exclusão da Fifa**. 5 abril 2012. Disponível em: <<http://apublica.org/2012/04/copa-nao-e-para-pobre-os-ambulantes-zonas-de-exclusao-da-fifa/>> Acesso em 2 junho 2016.

DUBOIS, PHILIPPE. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas: Papius, 1993.

Facebook anuncia crescimento dos lucros e dos números de usuários. **G1**. 28 jan. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/01/facebook-anuncia-crescimento-dos-lucros-e-do-numero-de-usuarios-20160127211006500148.html>> Acesso em 3 julho 2016.

FARINA, Modesto. PEREZ, Clotilde. BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.

FERRARI, Maria H., MUNIZ, Sodré. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus, 1986.

FERREIRA, J. C. B.; PADILHA, A. J. R. **O Estadão no Instagram: do jornal impresso ao aplicativo móvel**. *Comunica o & Mercado/UNIGRAN - Dourados - MS*, vol. 03, n. 08, p. 04-15, jul-dez 2014.

FERREIRA, Jorge Carlos Felz. **A imagem na web: fotojornalismo e Internet**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/felz-jorge-imagem-web-fotojornalismo-internet.pdf>> Acesso em 10 julho 2016.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

FOLETTTO, Leonardo. **Blogosfera x Campo jornalístico: aproxima o e consequências**. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel. MONTARDO, Sandra. *Blogs.com - Estudos sobre blogs e comunica o*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

FONSECA, Bruno et al. A revoada dos passaralhos. **Agência Pública**. 10 junho 2013. Disponível em: <<http://apublica.org/2013/06/revoada-dos-passaralhos/>> Acesso em: 1 junho 2016.

GNONE, Luíza de Aquino. **Revista piauí: forma de fazer as matérias dentro do gênero reportagem**. 2009. 40 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Jornalismo) - Curso de Comunicação Social. Centro Universitário de Brasília (UniCEUB), 2009.

Instagram ultrapassa os 500 milhões de usuários. **G1**. 21 junho 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/06/instagram-ultrapassa-os-500-milhoes-de-usuarios.html>> Acesso em 11 julho 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JORGE, Thais de Mendonça. **Mutação no jornalismo: como a notícia chega à internet**. Brasília: UnB, 2013.

LACERDA, Daniela Maria de. **O jornalismo digital independente no Brasil e a busca da credibilidade perdida**. 2016. 122 f. Dissertação - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, 2016.

LACERDA, Daniela. Filósofo pernambucano esmiúça relação entre política e afeto. **Diário de Pernambuco**, 9 de setembro de 2013, p. 3. Disponível em: <http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/politica/2013/09/09/interna_politica,461191/filosofo-pernambucano-esmiuca-relacao-entre-politica-e-afetos.shtml> Acesso em 4 junho 2016.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. São Paulo: Editora da Unicamp, 1995.

MARTINEZ, Monica. **Jornalismo Literário: um gênero em expansão**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo-SP: v.32, n.2, p.199-215, jul./dez. 2009. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0285-1.pdf>>. Acesso em 08 de maio 2016.

MORAES, Fabiana. Os Sertões. **Jornal do Commercio**. 9 agosto 2009. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/JC/sites/sertoos/pdf.html>> Acesso em 20 junho 2016.

MORAES, Fabiana. O nascimento de Joicy. **Jornal do Commercio**. 10 abril 2011. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/JC/especial/joicy/index.html>> Acesso em 20 junho 2016.

MORAES, Fabiana. **Os Sertões: um livro-reportagem de Fabiana Moraes**. Pernambuco: CEPE, 2010.

MORAES, Fabiana. A vida Mambembe. **Jornal do Commercio**. 23 out. 2006. Disponível em: <<http://arquivobr.blogspot.com.br/2007/12/jc-vida-mambembe.html>> Acesso em: 20 junho 2016.

MORAES, Fabiana. Casa-Grande & Senzala 80 anos. **Jornal do Commercio**. 2013. Disponível em: <<http://especiais.jconline.ne10.uol.com.br/casagrandeesenzala/>> Acesso em 20 junho 2016.

O MAPA DO JORNALISMO INDEPENDENTE. **Agência Brasil**. Disponível em: <<http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>> Acesso em 10 junho 2016.

ORSATTO, Franciele. **Relações entre a revista piauí e o jornalismo literário: uma reflexão**. Revista da Comunicação Verso e Reverso. v.23, n. 54, 2009. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/5773/3005>> Acesso em 12 junho 2016.

PADRIM. Disponível em: <<https://www.padrin.com.br/>> Acesso em 12 julho 2016.

Paraíba tem 2º maior crescimento de homicídio de mulheres, diz pesquisa. **G1**. 9 nov 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2015/11/paraiba-tem-2-maior-crescimento-de-homicidio-de-mulheres-diz-pesquisa.html>> Acesso em 8 julho 2016.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário**. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo. Ed. Contexto. 2005.

PENTEADO, Cláudio; SANTOS, Marcelo; ARAÚJO, Rafael. **O movimento "cansei" na blogosfera: o debate nos blogs de política**. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel. MONTARDO, Sandra. **Blogs.com: Estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

PRADO, M. P.. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: GEN LTC, 2010.

PÚBLICA. **Agência de reportagem e jornalismo investigativo**. Disponível em: <<http://apublica.org/>> Acesso em 16 junho 2016.

RAMOS, Daniela Osvald, SPINELLI, Egle Muller. **Iniciativas de Jornalismo Independente no Brasil e Argentina**. Extraprensa (USP). n. 17, ano 9. julho - dezembro 2015.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: elementos para discussão**. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>> Acesso em 4 julho 2016.

REPÓRTER BRASIL. Disponível em: <<http://reporterbrasil.org.br/>> Acesso em 16 junho 2016.

RIBENBOIM, Guilherme. In: MENA, Isabela. **"Não gosto de hierarquia. Não é esse o nome do jogo"**. Projeto Draft. 19 abril 2016. Disponível em: <<http://projetodraft.com/o-twitter-esta-sendo-uma-plataforma-fundamental-nesse-momento-atual-do-brasil/>> Acesso em 6 julho 2016.

SPAGNUOLO, Sérgio. A conta dos passaralhos. **Medium**. [S.l], 2016[?]. Disponível em: <<https://medium.com/volt-data-lab/a-conta-dos-passaralhos-953e7e254d4a#.tr7m0uii9>> Acesso em: 1 junho 2016.

SPYER, Juliano; FERLA, Luiz; PAIVA, Moriael; AMORIM, Fabíola. **Tudo o que você precisa saber sobre Twitter: (você já aprendeu em uma mesa de bar)**. Disponível em: <www.talk2.com.br>. Acesso em: 07 julho 2016.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso**. Porto, 2001.

TALESE, Gay. **Fama e anonimato**. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

VIANA, Natália. **Agência Pública lança iniciativas ao completar 5 anos de trabalho**. Entrevistadora: Amanda Ariela. Disponível em: <http://abraji.org.br/?id=90&id_noticia=3397> Acesso em 15 junho 2016. Entrevista concedida à Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI)

VIANA, Natália. In: NITAHARA, Akemi. Centro cultural para discutir jornalismo independente é inaugurado no Rio. **Agência Brasil**. 19 mar. 2016. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-03/centro-cultural-para-discutir-o-jornalismo-independente-e-inaugurado-no-rio>> Acesso em 12 junho 2016.

VIANA, Natália. **O jornalismo na era dos creative commons**. Entrevista especial com Natalia Viana. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/527682-o-jornalismo-na-era-dos-creative-commons-entrevista-especial-com-natalia-viana>> Acesso em 2 junho 2016. Entrevista concedida ao IHU On-line.

VILAS-BOAS, Sérgio. **Jornalismo Narrativo (2)**. Disponível em: <<http://www.sergiovilasboas.com.br/jornalismo-narrativo-2/>> Acesso em 12 junho 2016.

VILAS-BOAS, Sérgio. **Biografismo: reflexões sobre as escritas da vida**. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

WOLFE, Tom. **Radical Chique e o Novo Jornalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

WORDPRESS. Disponível em: <www.wordpress.com> Acesso em 3 julho 2016.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>> Acesso em 20 julho 2015.

ZAGO, Gabriela da Silva. **A recirculação do acontecimento jornalístico em imagens remixadas: cibercultura e apropriações**. In: Rizoma, Santa Cruz do Sul, v.1, n.1, 2013. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/viewFile/3505/2766>> Acesso em 3 julho 2016.

ZUCKERBERG, Mark. In: CONSTINE, Josh. Users average 50 minutes per day on Facebook, Messenger and Instagram. **Techcrunch**. 27 abril 2016. Disponível em: <https://techcrunch.com/2016/04/27/facediction/?ncid=rss&utm_source=feedburner&utm_me>

[diun=feed&utm_campaign=Feed%3A+Techcrunch+%28TechCrunch%29>](#) Acesso em 3 julho 2016.

APÊNDICES

APÊNDICE A – VIOLÊNCIA CONTRA MULHER

00h05. Sob protestos do então marido, Rosângela aceita sair da festa, mesmo querendo ficar mais tempo por lá.

Ao entrarem no carro, no entanto, ela teve certeza: aquele já não era o homem que havia lhe prometido, há pouco mais de quatro meses, ser tudo o que ela havia sonhado. Tinham se separado, depois de mais de 18 anos de casados, quando ela, finalmente, perdeu as esperanças: o homem com quem havia casado aos 17 anos – seu primeiro namorado, que conhecera aos 13 – era, de fato, um monstro. A maltratava, a ela e seus filhos, sem pudores. Gritava, xingava, batia – espancava. Ela, seu objeto. A ele, apenas importava a sua honra. Quatro meses antes, após terem se mantido separados por mais de dois anos, ele havia conseguido lhe convencer: seria um novo homem, lhe daria vida nova. E tudo, então, pareceu condizer com suas promessas. Até chegar aquela noite. A fatídica noite.

00h05. Sob protestos do então marido, Rosângela aceita sair da festa, mesmo querendo ficar mais tempo.

Era uma festa organizada por seus colegas de trabalho, coisa política, ato político. Rosângela, à época, já estava envolvida com grupos de mulheres que lutavam contra a violência. Ironicamente, ela era mais uma vítima da violência. Mas ninguém sabia – a não ser sua mãe, que, diariamente, lhe pedia para voltar para casa, deixar aquele homem.

00h05. Sob protestos do então marido, Rosângela aceita sair da festa, mesmo querendo ficar mais tempo.

Ao entrarem no carro, porém, ela teve certeza: algo estranho estava acontecendo. E, logo depois, ela notaria: sua vida, mais que nunca, estava em risco.

Seu então marido começou a lhe fazer perguntas, agressivamente, sobre pessoas que estavam na festa.

- Eu vi a forma como você olhou para aquele homem. Por quanto tempo vocês ficaram juntos? Vamos, me diga! Você tem que me dizer!

(...)

- Onde ele mora? Eu quero saber! Me diga!

Como Rosângela não fazia nenhuma confirmação – afinal, sequer havia um homem – ele a amarrou, no banco de trás do carro, e começou a lhe torturar, durante horas. Ao chegarem à porta de casa – à época, no bairro do Jardim Veneza, zona sul da cidade – ele,

com um estilete na mão, rasgou seu vestido (o vestido verde, indiano, escolhido a dedo para aquela noite que poderia selar, enfim, a união entre sua vida no trabalho e sua vida em casa, sua vida social e sua vida afetiva, sua vida antes e depois da separação, a noite que a colocaria, enfim, como mulher, dona de si).

Deixou-a desnuda, arranhando-a com o estilete, cada vez mais fundo.

Pegou uma arma, que deixava no porta-luvas do seu carro, e apontou a arma para sua boca, ameaçando atirar a qualquer momento. Pegou o cacetete, que também estava por ali, e bateu, com força, em todo o seu corpo.

- Seu corpo não vai ficar marcado, eu sei o que estou fazendo! Não adianta pensar em exame de corpo de delito.

Quanto mais falava, mais a espancava. Seu então marido era policial e, por isso, tinha o porte de arma. E, por isso, afirmava saber bater "sem deixar marcas". E, talvez por isso, sabia como agir tão cruelmente. Tão brutalmente. Tão inexplicavelmente.

Suas mãos e suas pernas foram, também, amarradas. Agonizando, Rosângela tinha certeza: naquela noite, iria morrer.

Quando o dia já estava quase amanhecendo, seu marido, então, resolve dirigir o carro até o bairro das Indústrias, onde, enfim, desconfiava que o tal "homem" morava. Chegando por lá, parou em frente a uma casa, e desceu do carro, deixando a arma ali dentro. Foi então que, em um último impulso, Rosângela resolveu tentar salvar sua própria vida: pegou o revólver que estava no banco do trás e apontou a arma para ele, pedindo para que parasse com aquilo. Como ele continuou se dirigindo a casa, ela saiu do carro, apontando-lhe a arma.

Ele, porém, - dizem que santo de diabo é sempre forte -, conseguiu chegar perto dela, dando-lhe uma rasteira, o que fez com que a arma disparasse, e pusesse, os dois, em luta corporal.

A partir daí, seu marido resolveu, afinal, mudar a ordem dos fatos. Se seu plano, a início, era lavar sua honra, matando sua mulher, desnuda, e seu possível amante, agora a situação poderia ser diferente: ligou para a polícia e denunciou que havia sido vítima de tentativa de homicídio.

Ao chegar ao local, os policiais avistaram a seguinte cena: uma mulher, nua, espancada, e um homem com o seu revólver na mão, apontando em sua direção. Legítima defesa. (?)

Foram conduzidos para a Central de Polícia, onde, com a ajuda de seus colegas, o então marido de Rosângela conseguiu que ela, então, ficasse presa. Por 4 dias. Por 4 dias, ela ficou presa, por, aparentemente, ter tentado assassinar aquele que era seu marido.

Somente após quatro dias, devido a manifestações realizadas pelos grupos de mulheres das quais Rosângela fazia parte, ela foi solta, podendo responder ao processo em liberdade. Ao final do julgamento, ela foi absolvida. Ele, porém, também jamais foi condenado pelo acontecido.

O dia daquela festa era 17 de junho de 2006. Exatos 52 dias antes de ser sancionada, no Brasil, a Lei Maria da Penha, que completa 10 anos neste 7 de agosto de 2016.

Se a violência contra a mulher, em todo o país, merece atenção, na Paraíba, os números são ainda mais alarmantes: acontece que, em dez anos, o número de homicídios contra mulheres cresceu 260%, de acordo com o Mapa da Violência 2015. O estudo analisou dados de violência entre os anos de 2003 e 2013 e identificou que o número pulou de 35 homicídios em 2003 para 126 em 2013, o que coloca o Estado no segundo lugar do ranking de crescimento de homicídios contra mulheres no Brasil durante esse período, ficando atrás apenas de Roraima, onde o número cresceu 500%. A violência também teve destaque na capital, João Pessoa, que recebeu o "título" de terceira capital brasileira com maior taxa de homicídios de mulheres, com 10,5 para cada 100 mil habitantes.

Caso a lei já existisse, na época em que Rosângela foi violentada, sua história teria sido diferente: antes daquela noite, ela já havia realizado três denúncias contra seu então marido. Nenhuma delas, no entanto, havia causado nenhum efeito. Caso a Lei Maria da Penha já existisse, na época, talvez Rosângela tivesse, em suas mãos, um dos aparelhos do SOS Mulher, que é capaz de ligar as vítimas diretamente à delegacia, em caso de perigo, e assim pudesse ter sido salva, evitando tanta humilhação. Tanto aborrecimento. Tanta violência.

Para a juíza Rita de Cássia, titular do Juizado de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher da Comarca de João Pessoa, a lei trouxe importantes avanços para a sociedade, embora continue esbarrando em um grande problema cultural: o machismo. "Os obstáculos que ainda existem são porque continuamos esbarramos em uma cultura machista, sexista, de discriminação da mulher. São elementos culturais que vamos, aos poucos, desmistificando, formando uma nova consciência política e moral, de que a mulher tem os mesmos direitos que os homens", afirma.

Como principais avanços, a juíza aponta o instrumento da medida protetiva (que pode ser dado em até 48 horas, mas que, em casos de urgências, podem ser expedidas imediatamente pelo próprio juiz – a vítima vai à defensoria pública e o defensor faz uma petição, diante da qual a medida é imediatamente concedida); o fato de não ser permitida mais nem a composição nem a transação penal em casos de violência contra a mulher (a composição permitia que, nos crimes considerados de menor potencial ofensivo, fosse

revertido o inquérito em pagamento de quantia proporcional ao dano à dívida, enquanto que na transição era revertido em prestação de serviços comunitários ou pagamento de cestas básicas); e a impossibilidade da suspensão condicional do processo.

Embora, portanto, seja possível comemorar os benefícios que a Lei Maria da Penha trouxe para a sociedade, é necessário, também, observar atentamente o longo caminho que ainda se tem pela frente. Enquanto que, por exemplo, um dos grandes trunfos da Lei seja a medida protetiva, o período de 48 horas ainda é considerado bastante longo, se considerada a segurança da vítima. "Caso a medida protetiva fosse determinada pelo próprio delegado, ela já sairia da delegacia se sentindo fortalecida", aponta a delegada Amin Oliveira, da Delegacia da Mulher em João Pessoa. Outro ponto da lei que merece atenção, de acordo com ela, diz respeito à pena: a detenção vai de três meses a três anos. Mesmo considerando que, muitas vezes, os agressores respondem também por outros crimes, como estupro, o que faz com que a pena aumente, para ela, em alguns casos a pena deveria ser maior.

Enquanto a delegada atende mais uma vítima, em sua sala, o telefone da delegacia, na sala de espera, não para de tocar. A própria recepcionista tira as dúvidas das mulheres que ligam. "Não, ele não pode lhe expulsar de casa"; "Caso ele tenha cometido algum tipo de violência, o ideal é você vir à delegacia, realizar a queixa, para ter acesso a uma medida protetiva"; "Depois da primeira, sempre tem a segunda, a terceira". "O telefone não para", diz ela.

O maior problema que ainda existe, atualmente, no que diz respeito à violência contra mulher, continua sendo a dificuldade que a maioria delas têm em fazer a denúncia. Somado a isso, deve-se levar em consideração o chamado "ciclo da violência doméstica": primeiro, ocorre a explosão, que é a fase violenta, com agressões físicas e verbais; depois, vem o arrependimento, com pedido de desculpas e promessas do fim da violência; por último, é a chamada fase "lua de mel", quando tudo fica perfeito até a nova agressão.

Esse é o ciclo que acaba fazendo com que muitas mulheres demorem a realizar suas denúncias, ou, até mesmo, que façam as denúncias e depois voltem atrás. Segundo a delegada, é necessário, sobretudo, que as mulheres tenham consciência de que o que estão passando é, sim, uma violência. "A delegacia geralmente é a última saída para as mulheres, quando na verdade deveria ser a primeira. Ao sofrer a primeira agressão, ela não deve pensar que aquilo foi uma coisa momentânea, que não irá voltar a acontecer. Na verdade, o que a gente vê aqui é que não só volta a acontecer, mas de maneira muito pior. É muito difícil chegar aqui uma mulher que venha denunciar logo na primeira agressão. Geralmente, quando acontece da primeira vez, elas preferem acreditar que foi só uma coisa 'do momento', e isso faz com que

elas sofram mais e mais violências, até quando chega o dia em que ela toma a atitude de realizar a denúncia", relata.

Para a psicóloga Patrícia Quaresma, uma das principais características da violência contra a mulher é o quanto ela mexe com a sua auto estima. "O agressor sempre frisa muito que a mulher não vai arrumar outra pessoa, que não presta para nada, que não é inteligente, que não é nada. A mulher não percebe que, aquilo ali, está sendo uma violência, e ela acaba evoluindo para algo mais grave: a violência física.

De acordo com o relatório de monitoramento de crimes contra a mulher na Paraíba realizado pela ONG Centro da Mulher 8 de março, este ano, até o mês de junho, já foram registrados 22 casos de estupro e 6 tentativas de estupro. Fora isso, 16 mulheres foram assassinadas, 9 sofreram tentativas de homicídio, 15 sofreram agressão e 18 mulheres do tráfico foram assassinadas. Já em 2015, considerado todo o ano, os números são: 46 estupros, 50 assassinatos, 25 tentativas de homicídio, 31 agressões e 22 homicídios de mulheres ligadas ao tráfico.

Para a coordenadora geral da ONG, Irene Marinheiro, o aumento nos números revela, na verdade, o maior empoderamento que as mulheres, hoje em dia, estão tendo. "Nós sabemos que as mulheres, hoje, estão começando a criar coragem para denunciar. Sabemos também, claro, que o machismo é cultural, e a mudança é uma coisa muito lenta. Não é algo que você espere que de um dia para o outro vá acontecer. A sociedade, infelizmente, ainda é muito patriarcal. Mas as mudanças, de uma forma ou de outra, têm acontecido. Muitas mulheres lutaram por isso. Morreram na luta", comenta.

Ao falar sobre a sociedade patriarcal, Irene Marinheiro aponta dois fatos bastante emblemáticos da situação: o primeiro diz respeito à desigualdade, ainda hoje existente, nos salários de homens e mulheres, e o segundo refere-se à efetivação da mulher na política. Os dados comprovam.

De acordo com pesquisa realizada pela Organização para Cooperação do Desenvolvimento Econômico (OCDE), com dados de 46 países, o Brasil ocupa, empatando com o Chile, o primeiro lugar do ranking de maior discrepância de renda entre gêneros no mercado de trabalho. Já segundo o diagnóstico da mulher trabalhadora brasileira, realizado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), divulgado este ano, em 2014 a mão de obra feminina ultrapassou, pela primeira vez, o patamar de 70% da renda masculina; os salários, no entanto, continuam desiguais. A luta continua.

No que diz respeito à política, os números são realmente assustadores: no Mapa Mulheres na Política 2015, apresentado pela ONU, o Brasil ocupou uma das últimas posições na lista de 188 países, e a última posição se considerados apenas os países da América do Sul. Se considerada a situação da Paraíba, especificamente, dos 36 deputados estaduais eleitos em 2014, apenas 3 são mulheres: a preponderância masculina, portanto, se confirma.

A denúncia, de acordo com a coordenadora do Centro de Referência da Mulher Ednalva Bezerra, Gracinha Farias, é impedida, muitas vezes, pelas ameaças que os agressores fazem contra as mulheres e seus familiares, assim como a dependência financeira e emocional da vítima em relação ao seu agressor. "Vemos também a esperança de mudança, a crença de que tudo vai melhorar", comenta. Além disso, reforçam essa situação fatores como a vergonha de admitir que estão em situação de violência, a "escolha errada" do companheiro, o medo de ser culpabilizada pelo fracasso da relação e a falta de apoio familiar.

O Centro de Referência Ednalva Bezerra é composto por uma equipe multiprofissional formada por advogada, assistente social e psicóloga, que escuta, orienta e encaminha as usuárias conforme as demandas apresentadas. No local, são oferecidos serviços como acompanhamento psicológico (com o objetivo de fortalecer e emponderar as mulheres no processo de tomada de decisão); terapeuta holística (para favorecer o equilíbrio físico e emocional da usuária); e um espaço específico para acolher crianças, com o apoio de uma educadora, enquanto a usuária é atendida.

Além desse Centro, as mulheres em situação de violência também contam, na Paraíba, com algumas outras ferramentas que podem auxiliá-la no processo de enfrentamento. É o caso do Centro Estadual de Referência da Mulher Fátima Lopes, em Campina Grande, que oferece serviços semelhantes ao Ednalva Bezerra; o SOS Mulher; e a Casa de Abrigo Aryane Thais, em João Pessoa (um serviço de caráter sigiloso e temporário, onde as mulheres podem permanecer por um período determinado, em média três meses, durante o qual são apoiadas para reunir as condições necessárias para retomar o convívio social sem traumas).

Almoço de domingo. O menu está escolhido: lasanha.

Hoje, com seus quatro filhos crescidos - tendo um deles morrido em um acidente há alguns anos - Rosângela divide seus fins de semana entre as saídas com os colegas de trabalho (pra um barzinho, uma festa de aniversário ou mesmo um cineminha), os paparcos com os netos e os bons momentos ao lado do seu atual marido. Uma pessoa atenta, carinhosa e, mais que tudo: respeitador.

11h30, ela começa a separar os ingredientes. Creme de leite, queijo, cebola, a massa, mais algumas coisinhas e o fogão está ligado.

Por um breve descuido, esquece de pôr o sal.

Mais uns minutos no forno, tudo bem, e tudo estará pronto.

Ainda dá tempo de assistir ao restinho daquele filme. Comédia romântica, domingo, friozinho - tudo está em paz.

Por um breve descuido, perde a hora. Passa do ponto. Só um pouquinho. Quando vê, a lasanha já está com todo o seu queijo em carvão. Retira o queijo. Tenta dar um jeito. Retira a primeira camada. Experimenta: o gosto é de carvão envolvido com sal (de tanto que pôs depois).

Se desespera. E seu marido chega à cozinha.

Ao olhar a situação, cai na gargalhada. Ri feito criança. Ela, imediatamente, relaxa. Começa a rir também, sem entender bem o porquê.

Decidem sair para almoçar. Em qualquer lugar. Não importa. Importa apenas que, hoje em dia, ela tem alguém ao seu lado que não lhe culpa por cada passo que ela dá.

(Ao entrar no carro, inevitavelmente, lembra. Compara: se fosse com seu antigo marido, com certeza, pratos teriam sido jogados na parede, panelas teriam sido tão brutalmente empurradas que causariam barulhos ensurdecedores).

Aquela vida não mais lhe pertence. Deu a volta por cima.

(Ao ser questionada sobre o que diria, caso estivesse frente a frente a uma mulher que está sofrendo violência doméstica hoje em dia, Rosângela não titubeia:

- Denuncie! Denuncie no primeiro momento em que você notar que está sofrendo uma agressão. Não adianta você achar que as coisas vão mudar, que ele vai parar, porque não vai. Eu, se tivesse sofrido que sofri na época em que tivesse a Maria da Penha, com certeza teria tido muito mais ferramentas. Não é fácil, mas não tenha medo: denuncie!)

APÊNDICE B – MICROCEFALIA

“Segundo mês - Hoje mamãe descobriu que está grávida de mim. Ficaram todos muito alegres. De repente, todos começaram a falar comigo. Meu coraçãozinho está batendo bastante acelerado e também começaram a se formar os meus olhos, minha boquinha, meus braços e minhas pernas. Descobri que tenho uma irmãzinha, chamada Maria Clara. Acho que vamos brincar bastante.

Terceiro mês – Agora, além de já ter alguns dedinhos nas mãos e nos pés, também tenho um nome: mamãe escolheu Flor de Lyz, no início, por conta de uma música que ela vivia ouvindo, de um cara chamado Djavan. Mas por conta da minha irmãzinha, parece, ela acabou mudando. Agora seremos duas Marias. Maria Eliz.

4º mês - Mamãe está dodoi. Minha irmãzinha também. Não sei se foi algo que eu fiz com ela, se ela está irritada comigo. De repente, ela ficou muito preocupada com minha irmãzinha. Ela está toda vermelha, cheia de pintinhas. Até achei bonitinho, mas parece que está deixando ela mal. Queria pedir desculpa a mamãe. Se a culpa foi minha, não foi por querer.

Quinto mês - Acho que não foi nada demais. Mamãe e Maria Clara estão melhor. Voltaram a conversar comigo e, agora, toda noite, elas fazem massagem na barriga de mamãe cantando musiquinhas para eu dormir. Não vejo a hora de poder brincar com elas!

Oitavo mês - Tem uma caixa cheia de luz no nosso quarto, que quase toda vez que mamãe olha para ela, começa a ficar nervosa. Não entendo o porquê. Quando vejo, ela começa a chorar, e fica conversando comigo, falando um monte de coisa que não entendo. Já me sinto tão grande e tão pronto pra sair daqui. Será que ela desistiu de me ter e por isso anda tão triste? Mamãe?

Oito meses e duas semanas – Descobri que o nome daquilo era televisão. Mamãe via imagens de outros bebezinhos por ali e, por isso (não sei porque), chorava. Hoje viemos ao tio Médico, pra ele brincar com o carrinho gelado em cima da barriga dela. Tomara que isso a deixe feliz. Geralmente quando ela vem pra cá, fica toda alegre. Hoje ela está tensa. Mas assim que o carrinho passar por aqui, faz fazer coceguinhas, acho que ela vai rir.

(...)

Mamãe está aos prantos. Não estou entendendo. O médico fez algumas perguntas estranhas. Olhou para minha mãe e perguntou minha idade. Perguntou se eu tinha seis ou oito meses. Perguntou se mamãe teve alguma coisa chamada Zika. Não consigo entender nada. Ele falou alguns números, umas palavras difíceis. Disse que meu 'perímetro encefálico' é de 28

centímetros. Ouvi claramente quando ele disse: "Tá tudo grande. Bracinho, perninha, fêmur, tudo com tamanho de 9 meses. Só a cabeça dela que tá como se tivesse seis meses". Mas o que isso quer dizer? O que são esses meses? E esses outros números? Mamãe? Para de chorar, por favor. Mamãe?

(...)

Dois dias se passaram e mamãe ainda não parou de chorar. Agora, à noite, ao invés de brincar comigo e, depois, colocar minha irmãzinha para dormir, ela fica o tempo todo soluçando (me enche de susto!) e a madrugada inteira acordada. Acho realmente que tem alguma coisa errada. Ela não me responde mais, não fala mais comigo. Preciso dar um jeito de sair daqui.

8 meses e três semanas - Não aguentei, de tanta ansiedade, e avisei a mamãe que estava na hora de sair. Queria ver seu rostinho, queria ver o mundo! Queria enxugar as lágrimas dela, perguntar o que tinha acontecido, ver minha irmãzinha, queria muito que as coisas voltassem ao normal.

Quando saí da barriga de mamãe, ela estava chorando. Chorou muito. Mas quando olhei para ela, vi um sorriso. E aí fui eu que chorei. Não aguentei a emoção e caí no choro. Fui atrapalhada pelo tio Médico, que disse a mamãe novamente umas palavras estranhas seguidas de uns números.

- Está confirmado: ela tem microcefalia. O perímetro da cabecinha dela está com 29 centímetros.

Eu não sabia, naquele momento, que todas aquelas palavras estranhas definiriam para sempre minha vida e a de mamãe”.

Maria Eliz nasceu dois dias antes de sua mãe completar nove meses de gestação, em um parto cesárea, na maternidade Cândida Vargas. Ela é um dos 148 bebês na Paraíba diagnosticados com microcefalia entre o mês de outubro de 2015 e julho de 2016. Sua mãe, Camila Oliveira, é, como muitas, mais uma mãe acometida pelo medo e angústia em relação ao futuro incerto de um bebê com microcefalia. Ao saber do diagnóstico, Camila, imediatamente, buscou várias informações, procurando entender como seria sua vida dali para frente. Suas buscas, no entanto, não tinham sucesso. À época, no mês de dezembro de 2015, embora a mídia começasse a alarmar para os números de crianças diagnosticadas com a doença, as crianças que estavam nascendo ainda estavam com poucos meses de vida. Até mesmo na internet, onde sempre são vastos os exemplos, era difícil encontrar alguma informação em relação a como seria a vida com um bebê que apresentasse a anomalia. Um mês antes do nascimento de Maria Eliz, a médica Adriana Melo, de Campina Grande, havia

relacionado o vírus da zika e os crescentes casos de microcefalia no Brasil. Agora, quase um ano depois, surge novamente a possibilidade de um novo surto de bebês com microcefalia, previsto para o segundo semestre desse ano. Como, no entanto, essas mães estão vivendo?

Hoje, Camila participa de um grupo no WhatsApp onde mães de todo o Brasil se reúnem, para mandar fotos, tirar dúvidas, compartilhar o dia a dia de cada um dos bebês com microcefalia. Agora, ao menos em termos de informação, as coisas estão mais práticas.

A microcefalia faz referência ao perímetro craniano dos recém-nascidos - em meninos, o considerado normal é de 31,9 cm, enquanto que em meninas é de 31,5 cm. Abaixo disso, portanto, são diagnosticados com microcefalia. É necessário atentar para o fato, porém, de que não é apenas a microcefalia que pode revelar problemas neurológicos na criança causados pela zika: a cabeça, na verdade, pode ou não ser menor. Alguns bebês, cujas mães foram diagnosticadas com zika durante a gravidez, nascem com problemas auditivos, visuais, convulsões ou dificuldades na deglutição que também são originários da infecção causada pelo zika vírus.

Uma criança com microcefalia tem o perímetro encefálico menor, mas não só é isso. Esse seria apenas o sinal visível do problema, segundo explica a médica neurologista Clélia Campos. “Há um comprometimento da parte cognitiva, intelectual. É comum que essas crianças apresentem um certo atraso na compreensão e linguagem. Por consequência, vem o atraso escolar”, destaca.

O diagnóstico pode ser conhecido ainda no pré-natal, pelos exames de ultrassom. Mas em alguns casos, a doença só é descoberta na sala de parto, após o nascimento, quando os médicos fazem a medição do crânio do bebê. “Tão importante quanto o diagnóstico é iniciar o tratamento o mais rápido possível. O acompanhamento é essencial para melhorar a qualidade de vida dessas crianças”, afirma. O uso de medicamentos é indicado em algumas situações, mas está longe de ser a principal ‘arma’ contra a microcefalia.

Além do atraso cognitivo, é possível que as crianças com microcefalia também apresentem fortes crises convulsivas. “Isso porque o cérebro está acomodado em uma caixa de crânio menor, o que pode ter como consequência crises epiléticas. Não são todos os casos, mas é possível que isso aconteça”, explica a neurologista. A expectativa de vida pode variar de acordo com o suporte recebido, e da condição de saúde de cada criança.

Sobre a relação entre a microcefalia e o zika vírus, Clélia lembra que os estudos não são conclusivos e que ainda há muito o que avançar para que os médicos possam fazer afirmações com segurança. “Os estudos não têm ainda uma teoria concreta, mas é evidente

que haja interferência do vírus na gestante. Os números anteriores de microcefalia talvez não foram relatados porque os médicos não estavam atentos”, destaca.

De acordo com a pediatra Juliana Soares, coordenadora da Neonatologia do Instituto Cândida Vargas, embora ainda seja cedo para tirar conclusões sobre essas crianças - afinal, a maioria delas está com sete ou oito meses de vida hoje em dia -, o que se tem verificado é que elas chegam aos seis meses de idade em níveis diferentes de comprometimento cerebral. "Alguns chegam até a sentar, têm seus tremores, mas conseguem interagir com a gente. Outros, já têm mais dificuldade", afirma. No caso de Maria Elyz, por exemplo, com sete meses de vida, ela ainda não consegue sentar, rolar na cama ou mesmo abrir as mãozinhas. “No início, eu acabei achando que ela iria ser como um bebê qualquer, mas agora, que ela tá crescendo, eu vejo que o desenvolvimento dela é bem mais lento”, afirma sua mãe.

De acordo com a médica, muitas das crianças ficam com os braços e as pernas rígidas, não conseguem sentar, andar e são muito irritadas. “Com os devidos estímulos, no entanto, a gente consegue interpor passos e elas conseguem evoluir e avançar no desenvolvimento neuropsicomotor”, argumenta.

Um choro forte, marcante, rompeu o silêncio na sala de parto. O bebê, um menino, era o primogênito tão esperado de Lidiane. Para o garoto, a mãe queria um nome bíblico. Pensou em Pedro, mas o pai queria Lucas. Ficou Pedro Lucas. O enxoval comprado com semanas de antecedência não tinha luxos, mas garantiria ao bebê o aconchego digno para um recém-nascido.

O choro da mãe foi mais alto que o do filho quando a médica disse que ele nascera com um ‘probleminha’. Lidiane, ainda hoje, sete meses depois, ainda enche os olhos de lágrimas quando lembra daquele dia.

- Foi um choque, eu não estava preparada. Fiz todos os exames de pré-natal que mostravam que meu bebê era saudável.

O diagnóstico foi de microcefalia. Lidiane teve zika durante a gravidez, mas não lembra exatamente quando isso aconteceu.

Embora não tivesse a menor ideia do que seria a microcefalia, os médicos não tiveram dúvidas em relação ao que acontecia naquele momento. A mãe só fazia chorar. De medo, de tristeza. Não havia se preparado para aquela realidade. Contudo, abraçou o filho e o beijou pela primeira vez.

Quando recebeu alta e foi para casa, teve de enfrentar os olhares curiosos e as perguntas indiscretas dos vizinhos. Todos queriam ver o ‘bebê de Lidiane’. Nada disso a

abalou. Pelo contrário, mais que um enxoval azul e branco, com detalhes em ponto cruz, Ester queria dar qualidade de vida ao filho.

Ainda na maternidade, recebeu orientação de médicos, enfermeiros e assistentes sociais. Entendeu que as coisas não seriam fáceis. Não, não poderiam ser fáceis. Mas ela teria que reagir para fortalecer o pequeno garoto de nome bíblico, como ela tanto sonhava.

- Eu chorei muito nos primeiros dias, mas depois busquei forças não sei de onde e levantei a cabeça para buscar o melhor para o meu filho. Para mim, ele não tem diferença de nenhuma criança. O amor é o mesmo.

Para sustentar a casa, Lidiane se divide entre os cuidados com Pedro e com o serviço como babá. O marido também trabalha, mas recebe pouco. No final do mês, o dinheiro quase não dá pra pagar as contas, incluindo o aluguel.

Desde o nascimento do menino, Lidiane o leva duas vezes por semana para acompanhamento na Funad, onde faz sessões de fisioterapia e estimulação visual. O progresso de Pedro, ainda lento, deixa a mãe otimista e confiante de que é possível, sim, conviver com a microcefalia de uma forma menos dolorosa, menos cruel.

"Todos nascem vendo, mas nem todos nascem enxergando"

Entre as aptidões que acabam sendo prejudicadas, no bebê, devido à microcefalia está a visão. De acordo com a reabilitadora de baixa visão da FUNAD, Ester de Melo, é necessário, portanto, realizar a estimulação desse sentido para que essas crianças possam aproveitar ao máximo o que elas já têm e, de preferência, essa estimulação deve ser feita a partir do primeiro mês de vida. "Quanto mais cedo começar o tratamento, mais cedo eles vão adquirir uma melhor qualidade, principalmente porque até os três, quatro anos, é um período que as crianças têm uma maior facilidade a responder aos estímulos", comenta.

Segundo ela, o problema mais comum nesses bebês é na formação da mácula, a parte do olho responsável pela visualização de detalhes. É possível, também, no entanto, que eles apresentem problemas na retina ou no nervo óptico, além de outra patologia chamada nistagmo, que são tremores involuntários em um ou ambos os olhos.

Embora o tratamento seja individualizado, algumas estratégias utilizadas são básicas. É recomendado, por exemplo, que desde os primeiros meses de vida, estimule-se o contraste entre preto e branco para o bebê. "A gente orienta as mães que elas coloquem ao redor do bebê o máximo de coisas com contraste: o tapete, a forma como elas vão se vestir, quando for amamentar, as cortinas do quarto, tudo", explica. Segundo ela, isso acontece porque, ao

nascer, os bebês enxergam apenas vultos e o contraste entre o preto e o branco e é esse contraste que tem que ser, desde cedo, estimulado, para que sua visão consiga se desenvolver ao máximo possível.

Estimular a parte motora dos bebês com microcefalia é outra etapa importante no processo de desenvolvimento, segundo a fisioterapeuta Karynna Menezes, especialista em neurologia infantil. O desafio maior é com os bebês que apresentam uma musculatura mais rígida, o que geralmente retarda o tratamento. "As dificuldades são variáveis. Algumas crianças conseguem engatinhar mais rapidamente que outras, mexem a cabeça mais cedo. Tudo vai depender da forma como elas respondem aos estímulos", conta.

A fisioterapeuta explica que a estimulação é feita com o objetivo de que os bebês se aproximem ao máximo dos padrões cronológicos normais de uma criança, como os padrões motores, por exemplo, como rolar, engatinhar, ficar de quatro apoios. "Cada paciente chega de uma forma diferente. Nem todos reagem da mesma forma. Algumas crianças aceitam mais fácil, outras choram mais. Cada criança tem seu tempo para se desenvolver, e precisamos respeitar esse tempo", afirma.

Na sala de Karynna, o colorido dos brinquedos contrasta com o semblante apreensivo das mães que acompanham seus filhos nas sessões de fisioterapia na Funad. Para essas mulheres, Karynna e outras profissionais acabam sendo vistas também como conselheiras. Não raro, mães desabam no choro e são consoladas pela equipe. "A gente acaba tendo uma ligação muito forte com a família, para que o tratamento seja feito também em casa", declara.

Mais especial que a criança, precisa ser a mãe

Um ponto que é bastante importante, porém, e que deve ser levado em consideração, também, desde o momento do diagnóstico, é a saúde psicológica dessas mães, afinal, "sentir medo é normal". "Nossa intenção é cuidar de quem cuida, cuidar dessas mães para que, fortalecidas, elas possam cuidar cada vez melhor dos seus bebês", aponta a psicóloga Karoline Lacerda, responsável pelo projeto Alvorecer, onde, junto com a psicóloga Jéssica Martins, atende mães de crianças com microcefalia.

Segundo ela, a maior dificuldade apresentada pelas mães é em relação à forma como a sociedade irá aceitar seus filhos. "Algumas delas chegam a negar a realidade imposta. Dizem coisas como 'vocês estão vendo coisas que não existem', coisas assim", comenta. Fora isso, no entanto, há toda a questão que envolve a maternidade como sendo a descoberta da mulher como si mesma.

"Quando a gente se torna mãe é quando caem algumas fichas. Uma das teorias que nós utilizamos, a teoria de Winnicott, fala que a mãe vai reproduzir com o filho exatamente a vivência psíquica que ela viveu com sua mãe. Se a relação dela foi complicada - e na maioria das vezes é - vão surgir relações complicadas com seus filhos", aponta a psicóloga, acrescentando, ainda, que quando a criança tem microcefalia, as demandas psicológicas que ela traz, para a mãe, são ainda maiores, tornando, portanto, ainda mais necessário o acompanhamento psicológico.

Durante as terapias, que são realizadas em grupo, onde as mães podem criar vínculos com outras mulheres que estão passando pela mesma situação, elas têm um momento único para cuidar delas mesmo. "A gente não quer construir isso, de que a mãe aceite. Ninguém para para perguntar o que ela tá sentindo com isso, como é, para ela, ter que estar sempre à disposição'. A terapia é mais uma questão dela poder se cuidar enquanto mulher. Aquele momento é para ela. Não é para que ela aceite aquela realidade. É para que melhore sua qualidade de vida e, melhorando a dela, melhora a do filho", explica Jéssica.

Esperança que se renova

Ao chegar para fazer a entrevista, estranho a situação. Me deparo com uma criança, sentada em uma cadeira, aparentando seus 7, 8 anos de idade. A princípio, pensando encontrar com uma criança que, à primeira vista, eu já perceba a microcefalia, sou surpreendida. Marlon, apesar de sua mãe, depois, trazer fotos que comprovam o perímetro abaixo do considerado normal, quando nasceu, hoje em dia pode, facilmente, passar despercebida sua condição.

Enquanto começo a conversar com sua mãe, ele brinca com um massageador, colocando-o na boca. Se tirar, ele chora, diz a mãe. Desde pequeno, é uma criança irritadiça. Se não gostar de qualquer coisa, dá logo um jeito de avisar. Chora, grita, explica, com os olhos, à sua mãe. Hoje, porém, seu temperamento já está melhor: se antes era inquieto o tempo inteiro, agora já consegue se concentrar em alguns afazeres. Não por muito tempo, é verdade. Mas... 5 minutos.

Enquanto sua mãe mostra, com orgulho, as fotos de quando ainda era um bebê, Marlon se distrai: uma de suas brincadeiras favoritas é, ainda hoje, morder. Morder, beliscar, algo do tipo. O alvo, dessa vez, é minha perna. Sua mãe, porém, reclama e o afasta. Ele, resolutivo, insiste. E assim passa-se algum tempo. Não chega a morder, porque estou de calça. Segundo seu pai, a mágica é essa: se a perna estiver coberta, ele desiste. Entre gargalhadas,

ele revela, também, que o filho é "mala". "Já tentei colocar a mão dele pra ele mesmo morder, mas quem disse que ele morde? Ele é um mala", e sorri.

A família veio para João Pessoa há cerca de dois anos, justamente causa de Marlon, para facilitar seu tratamento. Hoje, ele conta com atendimentos com fisioterapeutas, fonoaudiólogos, terapeuta ocupacional, e ainda faz natação. No dia seguinte à entrevista, iria para sua primeira aplicação de Botox nas bochechas: indicado pelo médico para diminuir sua salivagem. Sua rotina é extensa, e completa: além de todas as consultas médicas que realiza, vai para a escola, segundas, quartas e sextas.

Se no início causou um certo receio em sua mãe, a possibilidade dele ir para escola, hoje é motivo de festa: dele e dela. Quando volta para casa, Marlon está eufórico. Quando chega à escola, pergunto-lhe se ele chora. "Se chora? Dá medo é dele ir embora. Ele já vai dando os braços, não quer nem saber de quem fica para trás", conta a mãe. Lá, onde hoje cursa o 1º ano, diverte-se com seus colegas, brinca sem parar. Embora não acompanhe o conteúdo adequado à série, profissionais da própria escola cuidam para que, a seu tempo, suas habilidades sejam estimuladas. Com alegria, Renata, sua mãe, mostra as fotos enviadas pela professora, pelo WhatsApp, em que Marlon aparece fazendo suas atividades, em plena sala de aula.

Ao ficar grávida, Renata já tinha perdido um bebê, em um aborto espontâneo. Quando engravidou novamente, desta vez, de Marlon, teve uma gravidez de risco: perdeu líquido amniótico por duas vezes, o que, segundo os médicos, possivelmente tenha causado a paralisia cerebral que hoje seu filho tem. Não soube que ele tinha microcefalia com as ultrassons, tampouco quando ele nasceu. Somente foi perceber que tinha algo diferente quando Marlon já tinha seis meses. "Era mãe de primeira viagem, mas vi que ele não estava acompanhando o mesmo ritmo das outras criancinhas que haviam nascido mais ou menos na mesma época. Ele não deixava o pescoço duro, babava muito...", explica sua mãe.

Quando foi para a primeira neurologista (ao menos a primeira que resolveu lhe dar um diagnóstico), voltou para casa mais desesperada que com esperanças: "Mãezinha, seu filho não vai se desenvolver, não vai andar, não vai fazer muita coisa, e é provável que tenha pouquíssimo tempo de vida". A fala da médica chegou a ecoar por três dias e três noites em sua cabeça, durante os quais chorava, dia e noite, sem parar.

Depois daí, resolveu procurar outros médicos. Encontrou, então, um que lhe deu o diagnóstico correto, disse que se tratava de microcefalia associada à paralisia cerebral, e que, com os devidos estímulos, ao seu tempo, Marlon iria se desenvolver. Como fez. Ao 1 ano, ficou sentado. Ao 1 ano e seis meses, começou a engatinhar. Hoje, aos seis, está quase

andando. Depois que veio para João Pessoa (vindos de Conceição, do Sertão paraibano), sua evolução ficou ainda mais rápida.

Questionada sobre a rotina do menino, Renata dá todos os detalhes: escola, medicamentos, uma parada na missa da terça-feira à noite - para agradecer - e muitos passeios. Sua vida, hoje, resume-se também à rotina do menino - dela e de seu marido, Marcelo. Se é feliz? Realizada. E, hoje, passa sua esperança para as outras mães que acabaram de receber o diagnóstico da microcefalia. "Quando vejo alguma criancinha, que noto a cabeça mais pequena, reparo que as mães, geralmente novas, estão com a cabeça meio abaixada, tristes. Chego e pergunto o nome, como ela tá. Daí depois mostro Marlon e digo que ele também microcefalia. Elas olham para ele, sem acreditar. Mas eu mostro, digo mesmo. Se ele, que passou a receber o tratamento só quando já estava com quase quatro anos, evoluiu assim, imagina onde essas crianças que estão recebendo o diagnóstico já antes de nascer vão conseguir fazer? Elas não podem desanimar", diz.