



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

LETÍCIA MARIA DE SOUZA SILVA

**CARUARU NO FACE: AS MOTIVAÇÕES DISPOSICIONAIS DO REPÓRTER-
AMADOR E A APROPRIAÇÃO DOS GÊNEROS JORNALÍSTICOS**

**CARUARU
2020**

LETÍCIA MARIA DE SOUZA SILVA

CARUARU NO FACE: AS MOTIVAÇÕES DISPOSICIONAIS DO REPÓRTER-AMADOR E A APROPRIAÇÃO DOS GÊNEROS JORNALÍSTICOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social

Área de Concentração: Comunicação

Orientadora: Prof^a Dra. Sheila Borges de Oliveira

CARUARU
2020

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

S586c Silva, Leticia Maria de Souza.
Caruaru no face: as motivações disposicionais do repórter-amador e a apropriação dos gêneros jornalísticos. / Leticia Maria de Souza Silva. – 2020.
86 f. il. ; 30 cm.

Orientadora: Sheila Borges de Oliveira.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Comunicação social, 2020.
Inclui Referências.

1. Reportagens e repórteres. 2. Jornalismo eletrônico. 3. Notícias. I. Oliveira, Sheila Borges (Orientadora). II. Título.

CDD 659.3 (23. ed.)

UFPE (CAA 2020-095)

LETÍCIA MARIA DE SOUZA SILVA

CARUARU NO FACE: AS MOTIVAÇÕES DISPOSICIONAIS DO REPÓRTER-AMADOR E A APROPRIAÇÃO DOS GÊNEROS JORNALÍSTICOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social.

Aprovada em: 21/10/2020.

BANCA EXAMINADORA

Prof^o. Dra. Sheila Borges de Oliveira (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^o. Dr. Diego Gouveia Moreira (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Jornalista Ana Maria Santiago de Miranda (Examinador externo)
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha orientadora Sheila Borges, que deu inúmeros conselhos para que o conteúdo desta monografia fosse construído da melhor forma possível. Obrigada à minha família, por sempre torcer pela minha felicidade. Ao meu namorado e melhor amigo, Caio, por estar ao meu lado nos melhores e piores momentos. A minha prima, Karol, pelas dicas e paciência na correção deste trabalho. E, por último, mas não menos importante, gratidão a todos os professores que passaram por minha vida, desde a educação básica até o ensino superior.

RESUMO

Este trabalho apresenta um estudo que caminha por dois sentidos que se complementam para entender fenômenos sociais contemporâneos, como os do repórter-amador e do webjornalismo. Dessa forma, analisa, por um lado, as motivações que levam um cidadão comum a desempenhar o papel de repórter-amador, revelando as disposições sociais que estimularam João Henrique da Silva, criador do Caruaru no Face, a produzir notícias mesmo sem ter formação acadêmica em jornalismo. E avalia, por outro lado, como os gêneros e as características do webjornalismo foram acionados, intuitivamente pelo repórter-amador no seu espaço autoral no Facebook, para dar formato às informações apuradas, alçando-as à condição de notícia a partir de critérios próprios e à revelia dos filtros impostos pelo campo do jornalismo. Para realizar a pesquisa do repórter-amador, foram utilizadas a teoria e a metodologia de uma sociologia à escala individual a partir dos estudos de Lahire (2002; 2004; 2006; 2010). Para observar o Caruaru no Face e o webjornalismo, houve o suporte teórico nos autores que estudam os gêneros do jornalismo dando destaque a Marques de Melo (2009) e Aronchi de Souza (2004), e os que tratam das características do webjornalismo como Canavilhas (2003), Mota e Palacios (2018), Reges (2011), Bradshaw (2014) e Pavlik (2014). Além disso, foi necessário trabalhar o conceito de notícia com o apoio de Traquina (2005) e Wolf (1999). Já metodologicamente, recorreremos à netnografia com base em Kozinets (2010) e França, Silva, Felix (2016). Como resultado desta monografia, identificamos que as disposições sociais de João Henrique foram despertadas desde a infância para ele se transformar no que chamamos de repórter-amador. Mesmo sem ter formação acadêmica, ele se apropria intuitivamente dos gêneros do campo do jornalismo, mesclando os gêneros do impresso, da televisão e do webjornalismo.

Palavras-Chaves: repórter-amador; disposições sociais; webjornalismo; gêneros jornalísticos; notícia.

ABSTRACT

This work presents a study that goes in two directions that complement each other to understand contemporary social phenomena, such as the amateur reporter and webjournalism. Thus, it analyzes, on the one hand, the motivations that lead an ordinary citizen to play the role of an amateur reporter, revealing the social dispositions that stimulated João Henrique da Silva, creator of Caruaru no Face, to produce news even without having an academic training in journalism. On the other hand, it evaluates how the characteristics of webjournalism were intuitively triggered by the amateur reporter in his authorial space on Facebook, to shape the information obtained, raising it to the status of news based on its own criteria and in spite of the filters imposed by the field of journalism. To conduct the research of the amateur reporter, the theory and methodology of a sociology on an individual scale was used based on Lahire's studies (2002; 2004; 2006; 2010). In order to observe Caruaru no Face and webjournalism, there was theoretical support in authors who study journalism genres, highlighting Marques de Melo (2009) and Aronchi de Souza (2004), and those dealing with the characteristics of webjournalism such as Canavilhas (2003), Mota and Palacios (2018), Reges (2011), Bradshaw (2014) and Pavlik (2014). In addition, it was necessary to work on the term news based on the authors Traquina (2005) and Wolf (1999). Methodologically, we resort to netnography based on Kozinets (2010) and França, Silva, Felix (2016). As a result of this monograph, we identified that João Henrique's social dispositions were awakened since childhood to become what we call an amateur reporter. Even without an academic background, he intuitively appropriates genres in the field of journalism, mixing the genres of printed journalism, television and webjournalism.

Key words: amateur reporter; social dispositions; webjournalism; journalistic genres; news.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Entrevista com dois policiais.....	62
Figura 2 –	Suspeitos de um roubo	63
Figura 3 –	Live com detalhes de um assassinato.....	68
Figura 4 –	Notícia sobre segunda etapa da campanha de vacinação	69
Figura 5 –	Entrevista com policial do 1º Biesp	70
Figura 6 –	Reportagem sobre tráfico.....	71
Figura 7 –	Abertura do programa Baião de dois	72
Figura 8 –	Nota sobre abalo sísmico em Caruaru	73
Figura 9 –	Coluna sobre mala de viagem	74
Figura 10 –	Live de apresentação de dança.....	75

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – As características do repórter-amador – Fase 1	25
Quadro 2 – As características do jornalista	25
Quadro 3 – As características do repórter-amador – Fase 2	26
Quadro 4 – Gênero informativo	36
Quadro 5 – Gênero Opinativo	37
Quadro 6 – Gênero Interpretativo	38
Quadro 7 – Gênero Diversional	38
Quadro 8 – Gênero Utilitário	39
Quadro 9 – Gêneros da categoria entretenimento	40
Quadro 10 – Gêneros da categoria informação	41
Quadro 11 – Gêneros da categoria educação	42
Quadro 12 – Gêneros da categoria publicidade	42
Quadro 13 – Gêneros da categoria outros	43
Quadro 14 – Características do webjornalismo	44
Quadro 15 - Gêneros do webjornalismo.....	46
Quadro 16 – Gêneros do webjornalismo.....	47
Quadro 17 – Gêneros do webjornalismo.....	48
Quadro 18 – Características do repórter-amador João Henrique.....	58
Quadro 19 – Aspectos singulares de João Henrique.....	58
Quadro 20 – Assuntos de pautas do Caruaru no Face (Nov/Dez. de 2019).....	65
Quadro 21 – Gêneros jornalísticos presentes no Caruaru no Face (Novembro/Dezembro de 2019).....	67

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	OBJETIVOS	16
2.1	OBJETIVO GERAL	16
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
3	Justificativa	17
4	Referencial Teórico	19
4.1	<i>Repórter-amador – as disposições sociais para agir ativamente.....</i>	19
4.2	<i>A notícia e os valores notícia</i>	27
4.3	<i>Os gêneros do jornalismo impresso, televisivo e da web</i>	33
5	METODOLOGIA.....	49
6	ANÁLISE	52
6.1	AS MOTIVAÇÕES DISPOSICIONAIS DO REPÓRTER-AMADOR JOÃO HENRIQUE	52
6.2	CARUARU NO FACE: DECIDINDO O QUE É NOTÍCIA	60
6.3	OS GÊNEROS DO JORNALISMO E DO WEBJORNALISMO: APROPRIAÇÃO E INOVAÇÃO	66
7	CONCLUSÃO	78
	REFERÊNCIAS	82

1 INTRODUÇÃO

O despertar para o conteúdo deste trabalho ocorreu a partir de um novo olhar para as redes sociais, em especial o Facebook¹. A plataforma é utilizada para que os usuários possam se cadastrar, criar uma conta e, em seguida, elaborar um perfil para interagir de forma on-line com quem desejar em qualquer lugar do mundo. Nela, podem realizar postagens sobre diversos assuntos, adicionar amigos, seguir e curtir páginas de marcas e celebridades, participar de grupos com interesses em comum, entre outras funcionalidades. Entretanto, algumas dessas contas passaram a se destacar, pois elas não eram um perfil comum de um usuário e, também, não eram uma conta pública de uma celebridade, instituição pública, privada ou empresa.

Essas contas eram criadas e produzidas por pessoas comuns que gostavam de divulgar informações de situações que ocorriam nas cidades em que moravam. Esses cidadãos não colocavam, como parte das informações disponibilizadas nessas redes, se tinham formação especializada em jornalismo: seja concluída, seja em andamento. Inicialmente, eles faziam um post com uma imagem e um pequeno texto, chamado tecnicamente de nota, se tivesse só um parágrafo, ou de lead, se tivesse mais de um parágrafo, para informar um fato. Mesmo que não soubessem o que eram os termos técnicos, esses cidadãos comuns conseguiam desenvolver uma nota, a síntese de uma informação, ou a abertura de um texto com um lead, um primeiro parágrafo que, para o jornalismo, responde às seis perguntas básicas do lead jornalístico: o quê?, quem ?, quando?, como ?, onde ? e por quê?.

Sem dominar as regras narrativas do jornalismo, esses atores passaram a produzir a informação, publicada nas suas redes sociais e compartilhada de espaços de outros cidadãos, transformando-a em notícia ao dar destaque aos fatos ocorridos em suas comunidades. Para o jornalismo, notícia é a informação que passa pelos filtros editoriais das empresas de comunicação para estampar as edições jornalísticas. Para os cidadãos comuns, que estão produzindo notícia em suas redes, notícia é tudo o que

¹ A rede social foi criada em 2004 e o site do Facebook informa que gera tecnologias e serviços para que as pessoas possam se conectar umas às outras, participar de comunidades e expandir seus negócios. <https://www.facebook.com/> Acesso em 15 de outubro de 2019

mobiliza a atenção deles e de seus seguidores. Segundo Borges (2015, p.113), “A notícia é um processo de construção do qual participam os veículos de comunicação e cidadãos que fazem parte de grupos informais ou que agem ativamente”. Esse conceito de notícia será trabalhado mais à frente, quando forem aprofundados os referenciais teóricos.

Durante a análise desta pesquisa, foi observado que essas pessoas iam até o local de um fato e faziam vídeos para serem divulgados nas suas páginas, como o da ocorrência de um assalto. O número desses espaços virtuais na cidade de Caruaru cresceu e contribuiu para o seguinte questionamento: o que motiva esse cidadão a fazer notícia sem estar vinculado a nenhum tipo de mídia ou ter formação acadêmica na área de jornalismo? Esta pergunta passou a nortear este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Era curioso imaginar que uma pessoa tiraria o tempo do seu dia de trabalho e do seu lazer para se dedicar a divulgar nas redes sociais um homicídio, um acidente ou um problema que afetava o dia a dia de outras pessoas, já que, geralmente, essas ações eram realizadas por jornalistas e produtores de conteúdo, vinculados aos conglomerados² da comunicação.

Essas páginas, na maioria das vezes, publicavam situações da área policial e uma delas, chamada Caruaru no Face, passou a fazer algo que a grande imprensa da cidade de Caruaru ainda não tinha feito: realizar transmissões ao vivo nas redes sociais de matérias factuais, ou seja, com fatos que estavam acontecendo. Essa agilidade fez com que as emissoras da grande imprensa daquele município, como a TV Jornal Interior³ e a TV Asa Branca⁴, e até mesmo os portais de notícias da cidade, como o NE10 Interior⁵ e G1 Caruaru e Região⁶, passassem a levar um “furo”. Esse termo é

² De acordo com Melo (2011), citado por Borges (2015), os conglomerados são empresas voltadas para o mercado. Elas têm o objetivo de vender o seu próprio produto, que vai além da informação. Os conglomerados reúnem jornais, revistas, televisões rádios e, na fase atual, as mídias digitais. Também podem agregar outras empresas ligadas ou não à comunicação, como editoras, gravadoras, produtoras de cinema, institutos de pesquisas e até instituições financeiras.

³ Emissora afiliada ao SBT com sede localizada em Caruaru, Agreste de Pernambuco. Foi fundada em 2004 pelo empresário João Carlos Paes Mendonça e faz parte do Sistema Jornal do Comercio de Comunicação. Link para acesso: <https://interior.ne10.uol.com.br/tv-jornal-caruaru>

⁴ Emissora filiada à Rede Globo com sede localizada em Caruaru, Agreste de Pernambuco. Foi fundada em 1991 e pertence à Rede Nordeste de Comunicação. Link para acesso: <https://redeglobo.globo.com/pe/tvasabranca/>

⁵ Portal do Sistema Jornal do Comercio de Comunicação fundado em 2011 e voltado para as cidades do Interior do Estado de Pernambuco. Link para acesso: <https://interior.ne10.uol.com.br/>

utilizado pelo jornalismo quando algum portal ou emissora informa uma notícia em primeira mão. Nesse caso, os veículos da grande imprensa de Caruaru eram “furados” pelo Caruaru no Face.

Qual era a atividade profissional exercida por esses cidadãos? Afinal, eles não eram jornalistas, mas realizavam a função de repórter e, por meio das ferramentas que eram disponibilizadas pelas redes sociais, criavam formas de se comunicar com o público. De onde vinha a vontade deles de querer estar noticiando um fato? A reflexão sobre o assunto aumentou ao fazer parte de uma pesquisa acadêmica que procurava entender as motivações disposicionais que esses cidadãos tinham para serem o que Borges (2015) chama de “repórteres-amadores”.

Segundo Borges (2015, p.18), o repórter-amador “é o indivíduo que não se contenta em ser apenas colaborador de um veículo da imprensa, tomando a iniciativa de instituir um espaço autoral para produzir notícia sem precisar se reportar aos jornalistas”. O repórter-amador, para Borges, realiza três movimentos: 1) consome informação, 2) interage com a grande imprensa e vai além ao 3) criar um espaço autoral, normalmente nas redes sociais, para produzir a própria notícia. Ou seja, a notícia do repórter-amador não obedecia aos critérios de noticiabilidade do campo do jornalismo.

Com isso, veio à tona uma segunda pergunta, que complementava a pesquisa de campo já iniciada: como é que o cidadão comum, no caso o repórter-amador, define o que é e o que não é notícia e elabora essa narrativa mesmo que intuitivamente em sua rede social? Isso ocorria a partir de seus próprios critérios de noticiabilidade. Ele definia o que era importante colocar em seu espaço autoral sem se submeter aos filtros econômicos, políticos e sociais normalmente impostos pelos veículos de comunicação.

A proposta desta monografia veio a partir desses questionamentos e começou a ser delineada com uma pesquisa chamada “O repórter-amador em Caruaru: um estudo sobre as disposições sociais do cidadão que produz notícia”, realizada com o apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic/CNPq), que faz parte de uma investigação acadêmica maior, chamada de “Observatório da Vida-Agreste”, que

⁶ Ampliação do portal G1 criado pelo Grupo Globo em 2016. O G1 Caruaru e Região realiza a publicação de notícias voltadas para cidades do interior de Pernambuco. Link para acesso: <https://g1.globo.com/pe/caruaru-regiao/>

terminou emprestando o mesmo nome a um laboratório ligado ao curso de Comunicação Social, do Centro Acadêmico do Agreste (CAA), campus da UFPE em Caruaru. Para o estudo, foram selecionados cidadãos para serem entrevistados por exercerem o papel de repórter-amador em Caruaru, Toritama e Bezerros, cidades da Região do Agreste de Pernambuco.

Essas pessoas, que não têm formação na área de jornalismo, vão construindo inconscientemente motivações sociais para realizar a função de repórter-amador, muitas vezes começando sem receber nada em troca. Durante a pesquisa, foram realizadas uma série de entrevistas com os indivíduos selecionadas, com o objetivo de entender em que momento da vida desses repórteres-amadores nascem as disposições para que eles queiram criar notícia e desempenhar o papel de produtor de conteúdo. Esta pesquisa será detalhada mais à frente neste Trabalho de Conclusão de Curso.

Todas as pessoas estudadas na pesquisa de iniciação científica utilizavam o Facebook como a principal plataforma para elaborar a sua notícia. Segundo Recuero (2009):

A rede social Facebook (originalmente the Facebook) foi criada pelo americano Mark Zuckerberg enquanto era aluno da Universidade de Harvard. A proposta inaugural era criar uma rede que atingisse estudantes que estavam no final do secundário e ainda os que estivessem ingressando na universidade. Foi lançado em 2004, e atualmente é um dos sistemas com a maior base de usuários do mundo. (RECUERO, 2009, p.171)

O Facebook teve seu ambiente expandido para outras funcionalidades que não eram imaginadas pelos seus idealizadores, tornando-se um espaço para muitas outras ações. Entre elas, a publicação e a propagação de notícias.

Desta forma, esta pesquisa analisa ainda a página intitulada Caruaru no Face, criada no dia 8 de julho de 2012, pelo caruaruense João Henrique da Silva, que viveu a sua infância na zona rural da cidade de Caruaru até se mudar, no início da adolescência, para a área urbana do mesmo município. Nos meses de novembro e dezembro de 2019, foram observadas as postagens feitas na página e verificado que, mesmo sem ter formação em jornalismo, o espaço trouxe a apropriação intuitiva que João Henrique fez dos gêneros textuais jornalísticos.

Segundo Bex (1996, apud PRATA, 2012, p.169), “gêneros devem ser vistos como coleções de tipos de textos que servem uma função comum”. Já os gêneros jornalísticos são, segundo Marques de Melo e Assis (2016), parte da comunicação passiva e periódica, que agrupam diferentes formas e espécies de transmissão de informações da atualidade por meio dos mais variados suportes da mídia. Esses conceitos serão aprofundados no referencial teórico.

Assim, além de investigar as motivações que levaram João Henrique a desempenhar o papel de repórter-amador, este trabalho também averiguou os gêneros textuais jornalísticos utilizados por ele em seu espaço no Facebook. Quando produziu as suas informações, o repórter-amador João Henrique elaborou notícias, de forma intuitiva, a partir dos formatos do gênero do webjornalismo, adaptados, pelos jornalistas, das narrativas textuais usadas, inicialmente, no impresso. O webjornalismo impõe características específicas para o texto digital, já que oferece uma maior potencialidade de enquadramento por meio do uso, por exemplo, da imagem e do som.

Nas entrevistas em profundidade, realizadas com João Henrique da Silva durante a pesquisa citada anteriormente e feita no Pibic, foi observado que ele trouxe novas formas de noticiar um acontecimento. Com a ajuda das ferramentas disponíveis no Facebook, ele se permite utilizar os gêneros jornalísticos para a web de uma maneira intuitiva, mas que potencializou as estratégias de construção da notícia. Na internet, além do texto, é possível usar, como já citado, imagens em movimento e sonoplastia, aspectos que serão detalhados na parte da análise deste TCC.

Para estudarmos o nosso objeto, as motivações disposicionais do repórter-amador João Henrique e os gêneros noticiosos de sua página, o Caruaru no Face, foi necessário o aporte em dois grupos de autores e conceitos. No primeiro deles, foram explorados os aspectos teórico e metodológico de Lahire (2002; 2004; 2006; 2010), por meio de um programa sociológico de escala individual, que está dentro dos estudos sociológicos das teorias da ação, e de Borges (2015), a partir da noção de repórter-amador. A metodologia definida por Lahire é a de investigar a trajetória de vida dos cidadãos pesquisados a partir da reconstrução dos processos de socialização deles em mundos sociais, como os da escola, da família e da comunidade, realizada com base em entrevistas feitas em profundidade e de forma sucessivas.

Para identificarmos os gêneros do jornalismo e do webjornalismo e entender o conceito de notícia, utilizamos como base e referência os autores José Marques de Melo (2010), Aronchi de Souza (2004), Mielniczuk (2003), Reges (2011), Pavlik (2014), Bradshaw (2014), Canavilhas (2001), Mota e Palácios (2018), Traquina (2005), Wolf (1999) e Lage (1987). A metodologia da análise da página Caruaru no Face foi a netnografia, que contribuiu na forma de rastrear e documentar os comportamentos online dos usuários da página, assim como a organização e categorização dos dados coletados. Esses fatores foram essenciais para a evolução da análise. Os autores Kozinets (2010), França, Silva e Felix (2016) serviram como base para a metodologia.

O cidadão João Henrique da Silva e a sua página, Caruaru no Face, foram selecionados para serem os objetos de estudo deste TCC, pois na pesquisa do Observatório, eles se destacaram pela quantidade de curtidas e alcance na sua página do Facebook. Mais de 350 mil pessoas curtem a página Caruaru no Face⁷, número maior do que a de páginas da grande imprensa da cidade, como a TV Jornal Interior⁸, com 203 mil curtidas, e a TV Asa Branca⁹, com 83 mil curtidas. A trajetória dele será contada nas páginas seguintes deste trabalho, para que o leitor entenda o momento de nascimento do repórter-amador e os caminhos que o levaram a se tornar o que é hoje, criador de uma página que se transformou em fonte de informação para os veículos de comunicação e a população do Agreste.

A análise é dividida em duas partes: 1) o momento em que nasce o repórter-amador João Henrique da Silva com as motivações disposicionais que o levaram a se tornar um produtor de conteúdo, que vai para além de um cidadão comum que consome informação e interage com a grande imprensa; e 2) os gêneros jornalísticos que o repórter-amador se apropria, intuitivamente, para trazer um conteúdo que atrai o público caruaruense, a partir de seus critérios de noticiabilidade.

⁷ Número de curtidas visto na página Caruaru no Face em 27 de agosto de 2020.

⁸ Quantidade de curtidas na página Tv Jornal Interior no dia 27 de agosto de 2020.

⁹ Número de curtidas na página do Facebook da Tv Asa Branca em 27 de agosto de 2020.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Entender quais foram as disposições sociais que levaram João Henrique a se tornar um repórter-amador e a criar a página do Caruaru no Face.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar como o Caruaru no Face define o que é notícia;
- Mostrar quais gêneros jornalísticos ele tem se apropriado, intuitivamente, para realizar as postagens na página do Facebook;
- Analisar as postagens da página Caruaru no Face, comparando-as às características do webjornalismo.

3 Justificativa

Segundo Borges (2015, p.121), "consideramos que o ator só assume o papel de repórter-amador quando institui um espaço de comunicação no qual ele mesmo apura, produz e veicula a notícia a partir de seus critérios de noticiabilidade". Esse espaço mencionado pela autora tem ganhado relevância com o crescimento das redes sociais e da interação que os indivíduos fazem quando se comunicam uns com os outros por meio delas, a exemplo do Facebook. Em um relatório chamado *Digital in 2018: The Americas*¹⁰, publicado no site da revista Exame e divulgado pelas empresas *We are Social* e *Hootsuit*, 62% da população brasileira está ativa nas redes sociais, sendo o Facebook a segunda mais acessada com 59%.

Criar uma página na rede social se tornou uma nova opção de se comunicar e divulgar o trabalho para o cidadão que desempenha o papel de repórter-amador. Anteriormente, ele não tinha essa facilidade, pois antes da internet só poderia fazer isso criando um jornal impresso popular ou um programa de rádio comunitária, o que era muito difícil em função dos custos para a operacionalização. Com a entrada na nova rede de computadores, passou a ser possível interagir com o público do mundo virtual, por meio, por exemplo, de uma conta no Facebook.

Foi dessa maneira que João Henrique da Silva acionou, de forma inconsciente, as suas disposições para ser um repórter-amador, deflagrando as motivações, formadas por meio dos processos de socialização nas diversas fases da vida dele. Ele encontrou tempo para criar um espaço no Facebook. Com essa iniciativa, conseguiu um suporte midiático para pôr em prática a nova ação: a de escrever notícia apropriando-se, mesmo intuitivamente, dos gêneros jornalísticos adaptados à web, a partir dos seus critérios do que é ou não é notícia, o que fez à revelia da imprensa tradicional.

É necessário destacar que o Caruaru no Face é apenas uma das várias páginas que está crescendo e ganhando destaque em números de alcance de consumidores, o que desestabiliza a hegemonia dos veículos da grande imprensa. Com as redes sociais e as plataformas on-line, qualquer pessoa pode produzir e consumir informação

¹⁰ Acesso em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/62-da-populacao-brasileira-esta-ativa-nas-redes-sociais/>

independentemente da imprensa tradicional, sem se submeter aos filtros impostos por elas, de acordo com os interesses comerciais e políticos dos donos dessas empresas.

Por isso, este TCC justifica a sua importância: a de estudar 1) quem são esses repórteres-amadores, que estão por trás do conteúdo dessas páginas, e 2) quais são os gêneros jornalísticos que eles adotam na web, tomando como estudo de caso o Caruaru no Face. Este estudo busca contribuir para a construção de novos olhares sobre as histórias dessas pessoas que estão passando por um processo semelhante ao de João Henrique e que estão presentes em várias cidades do Brasil, principalmente no interior.

Nesta monografia é registrado como foi o nascimento do repórter-amador João Henrique em Caruaru e como ele conseguiu utilizar gêneros jornalísticos da web, por meio de ferramentas que são disponibilizadas na plataforma Facebook. A página Caruaru no Face se tornou uma referência para o cidadão que mora em Caruaru e na Região Agreste que quer se manter atualizado. Os números coletados mostram isso: são mais de 350 mil ¹¹ (CARUARU NO FACE, 2020) curtidas. Nesse contexto, João Henrique ampliou o seu trabalho para outras redes sociais, como o Instagram¹², o Youtube¹³ e o site Espiaqui¹⁴, que, no entanto, não são objetos deste TCC.

¹¹ Dado visto na página do Caruaru no Face, no dia 1 de outubro de 2019.

¹² Link para acesso: <https://instagram.com/caruarunoface?igshid=1idhdolw8pnh9>. Acesso em setembro de 2019.

¹³ Link para acesso: <https://www.youtube.com/channel/UCalrGRs5exnFcbc2ufAzLUA>. Criado em junho de 2016. Acesso em setembro de 2019.

¹⁴ Link para acesso: <https://www.espiaqui.com.br/>. Acesso em setembro de 2019.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 O REPÓRTER-AMADOR: AS DISPOSIÇÕES SOCIAIS PARA AGIR ATIVAMENTE

A tradição da sociologia disposicionalista vai nortear o objetivo principal desta pesquisa, que é entender quais são as motivações disposicionais que fizeram o criador do Caruaru no Face, João Henrique da Silva, transformar-se em um repórter-amador, de acordo com o conceito de Borges (2015). Nele, o indivíduo assume a condição de repórter-amador quando consome informação, interage com a grande imprensa e cria um espaço autoral para produzir a sua notícia, a partir de critérios próprios sobre o que considera importante à revelia dos valores-notícia determinados pelo jornalismo.

É a sociologia disposicionalista que vai mostrar um caminho no qual se podem perceber as variações inter e intraindividuais do repórter-amador e como elas se manifestam na pessoa estudada, motivando João, em nosso caso, a ser o repórter-amador que instituiu o Caruaru no Face. Como aporte teórico, foi utilizado o programa para uma sociologia à escala do indivíduo de Lahire (2002; 2004; 2006; 2010). O sociólogo traz as condições necessárias para analisar como João Henrique da Silva se transformou em um repórter-amador por meio de uma mistura de tendências variadas, incorporadas de forma social e externalizadas de forma singular. Além disso, ajudará a entender como as experiências de vida foram sendo captadas por ele ao longo de sua trajetória para torná-lo um cidadão que age ativamente na produção da informação.

A disposição é uma força interna absorvida inconscientemente pelo indivíduo por meio dos processos de socialização que ocorreram ao longo da vida dele, e das influências das estruturas e das relações que são construídas por ele nos mundos sociais, como os da família, da comunidade e da escola. É a representação social de uma tendência, que é, ao mesmo tempo, 1) recebida pelo cidadão de forma plural por meio de socializações, 2) retida de maneira singular e 3) externalizada em escala individual, mas que pode causar mudanças em escala social (BORGES, 2015). Essa força vem do pensamento e se torna real na ação, que é individual e plural. Por isso, para Lahire (2002; 2004; 2006; 2010), a disposição se revela pelas ações.

Para ter acesso à disposição, a teoria disposicionalista vai procurar reconstruir uma realidade do modo como ela é observada indiretamente. Esse trabalho é feito pela interpretação de comportamentos e opiniões, que desvenda os princípios que geram a multiplicidade das práticas, envolvendo experiências do passado e do presente. O programa de pesquisa de Lahire se baseia na hipótese científica de que o social se fortalece quando é assimilado na escala individual. As variações individuais podem ser um objeto específico da sociologia porque as realidades individuais estudadas são sociais, por serem socialmente produzidas e com origens e lógicas sociais (BORGES, 2015).

Será mostrado na análise que o ator estudado exercia as práticas jornalísticas, ativadas por ele inconscientemente, quando, geralmente, queria resolver um problema. Entretanto, essas atividades acabam resultando em ações que vão interferir na comunidade em que ele está inserido e no próprio campo do jornalismo, a partir do momento que começa a incomodar os veículos tradicionais ao noticiar fatos que despertam o interesse do cidadão, sem se submeter aos filtros impostos pelas empresas de comunicação.

Para entender a definição de campo do jornalismo, é preciso compreender a noção de campo social, que, segundo Bourdieu (1996; 1999; 2003), é um espaço estruturado no qual cada indivíduo ocupa uma posição. E dentro desse espaço há lutas para se dominar os valores do campo e ser reconhecido como um membro dele. O campo de jornalismo está relacionado a um processo de produção de bens simbólicos para que seja reconhecido por sua distinção. Segundo Borges (2015):

A partir de conhecimentos técnicos específicos, os membros do campo do jornalismo instituíram uma axiologia própria, prontamente identificada pela estrutura social. E uma das principais características deste campo é a de realizar mediação entre o cidadão e os demais campos sociais para transmitir informações com rapidez e clareza. Assim, os fatos revelados pelos jornalistas contribuem para a construção social de uma realidade e a produção de efeitos de sentido. (BORGES, 2015, p.86)

O repórter-amador perpassa esse campo do jornalismo ao interagir com os seus membros quando opina sobre as notícias e envia sugestões de pautas para os veículos da grande imprensa. Ele não é membro nato, pois não tem a especialização para

dominar os rituais do campo, no entanto, reconhece esses rituais de forma intuitiva quando consegue diferenciar, por exemplo, na grade de uma programação de televisão, o que é e o que não é notícia. Algumas das pautas enviadas por ele, inclusive, podem contemplar assuntos que a imprensa deixa de fora das edições por conta dos filtros políticos, econômicos e culturais das empresas de comunicação.

Em função desse contexto, o repórter-amador tem incomodado o campo do jornalismo por abordar, em seus espaços autorais, temas que nem sempre estão nas pautas da grande imprensa pelos interesses defendidos pelas empresas. Se os veículos não aceitam a sugestão de pauta, o assunto, então, pode ser trabalhado nos espaços criados por esses indivíduos mais ativos, que não se conformam mais em ser audiência passiva. Com as ferramentas disponibilizadas pela internet, os jornalistas não exercem o papel exclusivo da mediação das informações e qualquer pessoa pode ir direto às fontes de informações.

Para entender como João Henrique da Silva aciona as suas disposições para ser o que Borges (2015) considera repórter-amador, é importante compreender um outro conceito, que é o de agir ativamente, também formulado pela autora. Ele é aplicado, nesta pesquisa, para explicar a ação de saída desse cidadão, que não quer mais estar somente no papel de audiência passiva ou como um personagem secundário da narrativa jornalística, para ser produtor de notícia. Mas antes de ser produtor, esse indivíduo tem o intuito de ir além do papel de simples receptor. Com essa atitude, a primeira atividade exercida pelo ator é a de tomar a iniciativa de interagir com os conglomerados, dando sugestões de pautas, enviando comentários e criando diálogos com os veículos por meio dos canais que estejam disponíveis.

Quando a função participativa é acionada, o cidadão pode desempenhar o papel de coprodutor durante o processo de produção da notícia da grande imprensa. Os veículos começam a considerar as opiniões enviadas pela audiência, o que acontece, na maioria das vezes, pela interação na internet. Para Borges (2015), parte dos meios de comunicação, que abre este espaço, legitima a coprodução quando identifica, no próprio texto da matéria, o nome do ator que colaborou. É este indivíduo que é chamado de cidadão-repórter (SBARAI, 2011; MORETSZOHN, 2007).

O repórter-amador, contudo, vai além do cidadão-repórter quando decide não se contentar em ser apenas um coprodutor. Ele quer produzir a informação em um espaço próprio para não ficar preso a filtros determinados pelas empresas de comunicação. Diferentemente do cidadão-repórter, o repórter-amador é o autor da notícia no espaço que ele mesmo cria seja um site, um blog ou uma página nas redes sociais. Nesta pesquisa, é analisado como os esquemas disposicionais de João Henrique da Silva foram acionados inconscientemente para que se sentisse motivado a criar o Caruaru no Face.

Para agir ativamente, o cidadão comum aciona o seu esquema disposicional com o objetivo de colaborar e produzir notícia, atravessando o campo do jornalismo e criando um espaço próprio no qual poderia desempenhar o papel de produtor da informação. Dessa forma, o movimento de ação, o de agir ativamente, fica completo. Quando age ativamente, esse indivíduo, no trabalho de Borges (2015), não é remunerado para ser repórter-amador. Faz essa atividade voluntariamente no tempo livre dedicado ao lazer, sem uma rotina diária fixa e impulsionado por uma força interna que o move inconscientemente a pensar e agir como repórter-amador.

Entretanto, no decorrer deste trabalho, será ressaltado que João Henrique da Silva, em Caruaru, atingiu um novo patamar, ampliando o conceito do repórter-amador de Borges, construído em pesquisa realizada na Região Metropolitana do Recife. Desde que conseguiu parcerias financeiras, que o fizeram ser remunerado com o trabalho realizado no Caruaru no Face, ele passou a se dedicar à atividade, abandonando um trabalho antigo, e foi ganhar a vida produzindo notícia. Chegou, inclusive, a formar uma equipe para dar conta de todas as demandas e ideias que ele almeja pôr em prática.

De acordo com Borges (2015), o trabalho de um repórter-amador está ligado ao tempo de descanso que ele utiliza para exercer essa função. Não era algo que consumisse o tempo em que ele realizava para as suas atividades remuneradas. Por esse motivo, o ator não se preocupava com a adoção de um método para a apuração da informação e a divulgação de outras versões de uma notícia. Entretanto, na análise que será mostrado mais à frente, João Henrique da Silva não chegou a se profissionalizar na área de jornalismo, estudando em um curso superior de jornalismo

ou de comunicação social, mas criou um método para o seu trabalho de apuração das informações que divulga em seu espaço no Facebook.

Nesse sentido, o conceito de Borges na investigação do repórter-amador do Agreste, a exemplo de João Henrique, foi ampliado. É necessário, no entanto, distinguir, inicialmente, as ações de um repórter-amador, da pesquisa de Borges (2015), com as de um jornalista. Borges elaborou duas tabelas para destacar os contrastes de cada um, como podemos ver a seguir:

Quadro 1 – As características do repórter-amador – Fase 1

Não recebe remuneração;
Dedica o tempo livre e de lazer a essas práticas jornalísticas;
Entra e sai do jornalismo a qualquer momento porque não tem compromisso com nenhuma rotina profissional;
Não tem método de apuração de informação;
Não precisa frequentar nenhum curso universitário para ser repórter-amador;
Vincula essas práticas ao gosto de ler, de se informar, de escrever, de denunciar e de reivindicar melhores condições de vida para as comunidades em que vivem;
Não quer se submeter ao controle editorial da empresa de comunicação para que possa ver publicada a notícia que criticou ou sugeriu.

Fonte: Borges, 2015.

São essas características que o diferenciam do jornalista profissional, uma vez que o especialista está dentro de uma organização empresarial com normas e valores que precisam ser seguidos. Em relação ao ator que age ativamente, o jornalista profissional tem o perfil que podemos descrever a seguir:

Quadro 2 – As características do jornalista

Recebe remuneração;
Dedica à atividade o seu tempo para o trabalho;
Exerce um papel permanente dentro do campo do jornalismo;
Tem uma rotina profissional que precisa ser obedecida, como um método de apuração, de redação e de edição de informação;
Vincula esta prática ao exercício profissional e remunerado;
Precisa se submeter ao controle editorial dos conglomerados de comunicação para os quais está trabalhando;
Precisa frequentar um curso universitário.

Fonte: Borges, 2015.

Entretanto, é necessário salientar que o repórter-amador analisado no Agreste de Pernambuco e usado como referência para este trabalho apresenta algumas características diferentes das que foram identificadas por Borges (2015), no que

estamos intitulado de primeira fase do repórter-amador. A análise do perfil sociológico de João Henrique da Silva sinalizou para uma mudança no conceito original, pois ele conseguiu ser remunerado pelo trabalho que realiza com o apoio das plataformas digitais. Passou a destinar o seu tempo livre e, também o do trabalho, para total dedicação à página do Caruaru no Face. Assim, pode-se elaborar um novo quadro para identificar as características do repórter-amador nessa segunda fase, como podemos ver abaixo:

Quadro 3 – As características do repórter-amador – Fase 2

Recebe remuneração;
Dedica todo o tempo a essas práticas jornalísticas;
Perpassa o campo do jornalismo quando interage com as redações das empresas;
Tem método próprio de apuração de informação;
Não precisa frequentar nenhum curso universitário para ser repórter-amador;
Vincula essas práticas ao gosto de ler, de se informar, de escrever, de denunciar e de reivindicar melhores condições de vida para as comunidades em que vivem;
Não quer se submeter ao controle editorial da empresa de comunicação para que possa ver publicada a notícia que criticou ou sugeriu.

Fonte: Letícia Souza, 2020.

De acordo com o quadro acima, o repórter-amador João Henrique estabeleceu um método de apuração da informação para checar os dados antes de publicar, o que será detalhado na análise. Ele também expandiu seu conteúdo para outras plataformas, que não serão abordadas aqui neste TCC. Então, para analisar as disposições sociais do repórter-amador João Henrique da Silva no Agreste, um dos focos deste trabalho, recorreremos à teoria disposicionalista, que envolve as noções de disposição, inclinação, propensão, hábito, tendência e pluralidade das disposições incorporadas. Ela está dentro de uma grande tradição teórica que é a das teorias da ação.

De acordo com Borges (2015), nas teorias da ação existem dois grupos. Em um deles, são destacados os princípios unificadores e homogêneos, que colocam um peso grande no passado e não valorizam características singulares do indivíduo e o contexto imediato da ação. No outro, é dada relevância à fragmentação interna das experiências, sem delegar tanta importância ao passado, como o grupo anterior. É importante destacar que nem o primeiro nem o segundo grupo das teorias da ação e do ator poderiam dar conta do fenômeno que é retratado nesta pesquisa.

Lahire ajudou a trazer a teoria que vai levar a olhar, por outro ângulo, o repórter-amador porque defende o estudo sobre as diversas formas de reflexão que agem nos diferentes tipos de ação de um ator. Ou seja, defende uma sociologia da pluralidade por meio da qual o pesquisador pode reconstruir o universo social do indivíduo que está analisando. No nosso caso, João Henrique da Silva, que aciona, de forma inconsciente, os seus esquemas disposicionais para realizar o jogo do agir ativamente e criar um espaço próprio para produzir notícia.

Mas o que seria um esquema disposicional a partir dessa teoria? É o conjunto complexo, individual e intransferível de tendências (disposições) para pensar, sentir e agir que resulta de experiências individuais e, portanto, sociais, vividas por cada ator ao longo de sua trajetória (LAHIRE 2002; 2004; 2006; 2010). Esse esquema é desenvolvido no interior do cidadão de forma não consciente. É isso que faz ele ser, ao mesmo tempo, plural e singular.

É plural porque decorre dos múltiplos processos de socialização que ocorreram ao longo da vida e é singular pois são introjetados e manifestados a partir de esquemas disposicionais individuais, construídos inconscientemente ao longo da trajetória de vida do cidadão. Esse esquema, segundo Lahire, também é flexível ao se adaptar às situações porque sofre influência do contexto e das relações de cada ator.

À medida que o indivíduo vive cada experiência, ativa uma disposição ou outra, a mais adequada ao que necessita para agir. Entretanto, existem as motivações que fazem o ator acionar esse esquema. Borges (2015) identificou como esse esquema é construído e ativado pelo repórter-amador na Região Metropolitana do Recife, capital de Pernambuco. Partiu do pressuposto que a disposição para agir ativamente no jornalismo está vinculada à capacidade de mobilizar determinadas competências para querer: se expressar, buscar informação mesmo que isso envolva algum grau de dificuldade, resolver problemas coletivos, mobilizar o outro, dialogar com jornalistas e veículos de comunicação, acompanhar as notícias que são divulgadas pela grande imprensa e encontrar alternativas próprias de comunicação.

De acordo com Borges, essas disposições que vão surgindo nos mundos sociais, por meio dos processos de socialização, e vão se formando inconscientemente para motivar o repórter-amador a realizar ações sociais, políticas, culturais e religiosas.

Todas essas ações também foram tomadas por João Henrique da Silva de maneira gradativa e serão detalhadas durante a análise deste TCC.

4.2 A NOTÍCIA E OS VALORES-NOTÍCIA

Para complementar a pesquisa, é válido entender o conceito de notícia e os valores que fazem o jornalismo determinar o que é e o que não é notícia para analisar as que são feitas por João Henrique no Caruaru no Face, uma vez que esse é um dos objetivos específicos deste trabalho. De uma forma geral, segundo Lage (1987), notícia é tudo o que os cidadãos leem, ouvem ou assistem para se manterem informados sobre uma situação que seja relevante para eles, para um grupo social ou para um meio de comunicação. Ela está ligada a um acontecimento novo e pode se tornar velha rapidamente quando um novo fato surge em relação ao que está sendo noticiado. De acordo com Lage (1987),

Do ponto de vista da estrutura, a notícia se define no jornalismo moderno, como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante e interessante. (LAGE, 1987, p.16)

Para o autor, esses relatos são a narrativa do evento ditados em sequência, transformando-se em uma notícia. Pereira Junior (2005) amplia a visão de notícia ao trazer o conceito de Fontcuberta (1993, p.12): “A notícia é uma forma de ver, perceber e conceber a realidade. É um autêntico sintoma social e a análise de sua produção lança muitas pistas sobre o mundo que nos cerca”. Deste modo, o repórter-amador está contribuindo para o processo de construção dessa realidade a partir de seu olhar, que nem sempre está alinhado aos valores do campo do jornalismo. A notícia, para o repórter-amador, pode ter um valor diferente dos critérios estabelecidos pelo jornalista.

Entretanto, é importante destacar que os conglomerados da comunicação possuem o seu próprio critério de noticiabilidade, baseado em valores-notícia determinados pelo jornalismo, como conceitua Wolf (1999):

Definida a noticiabilidade como o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que selecionar as notícias, podemos definir os valores/notícia (news values) como uma componente da noticiabilidade. Esses valores constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias? Antes de se examinar em pormenor a sua

articulação, é necessário fazer algumas considerações gerais sobre o seu papel. (WOLF, 1999, p.85)

Wolf (1999) trabalha com dois critérios ao se referir aos valores-notícia. Segundo o autor, o primeiro aspecto que deve ser abordado é que esses valores funcionam a partir dos critérios de relevância sobre quais os acontecimentos devem ser transformados em notícia. O segundo fator traz que os valores-notícias são definidos de acordo os critérios de noticiabilidade estabelecidos durante o processo de seleção e produção da notícia.

Para entender os critérios de noticiabilidade, Silva (2005) realiza uma divisão que pode ser observada da seguinte forma:

1) critérios de noticiabilidade na origem do fato (seleção primária dos fatos / valores-notícia), com abordagem sobre atributos como conflito, curiosidade, tragédia, proximidade etc; 2) critérios de noticiabilidade no tratamento dos fatos, centrados na seleção hierárquica dos fatos e na produção da notícia, desde condições organizacionais e materiais até cultura profissional e relação jornalista-fonte e jornalista-receptor; e 3) critérios de noticiabilidade na visão dos fatos, sobre fundamentos ético-epistemológicos: objetividade, verdade, interesse público etc. (SILVA, 2005, p.95)

Essa divisão é utilizada pela maioria dos veículos e conglomerados da comunicação. Eles fazem parte do exercício da profissão do jornalista e são “naturalizados” pela organização das redações. O repórter-amador não entende esses conceitos, até por não fazer parte do campo do jornalismo, mas, ao seu modo, mostra para o público o que ele considera ter mais relevância, quando elege o que é ou não notícia para estar em seus espaços autorais, como é o caso de João do Caruaru no Face. Os critérios de noticiabilidade usados por João Henrique serão apresentados mais à frente.

Para Traquina (2005), os valores-notícia podem ser definidos a partir de critérios de seleção e de construção. No primeiro grupo, os fatos se transformam em notícias quando são considerados interessantes ou complementam o contexto de produção de uma outra notícia. Já no segundo grupo, a função dos valores-notícia será a de guiar o que deve ser priorizado na construção da notícia.

De acordo com Traquina e Wolf, os valores-notícias são classificados por meio de critérios de seleção e construção. Os critérios de seleção chegam à categoria de

notícia quando são considerados importantes ou interessantes e estão relacionados ao contexto de produção de outra notícia. Esses critérios podem ser avaliados como substantivos ou contextuais. Os substantivos são definidos por suas características, como notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, inesperado, conflito, infração e escândalo. Já os contextuais se baseiam na disponibilidade, no equilíbrio, na visualidade, na concorrência e no próprio dia noticioso. Enquanto isso, os critérios de construção funcionam como guias, indicando o que deve ser priorizado na construção da notícia. Eles são classificados a partir da simplificação, amplificação, relevância, personalização e dramatização.

Borges (2015) amplia o conceito de notícia ao considerar que pessoas comuns, que não são jornalistas, como os repórteres-amadores, passam a escrever o que consideram importante para elas. Ou seja, não estão submetidas aos valores ditados pelas empresas e pelos jornalistas. Para esses indivíduos, os valores-notícias não são os arbitrados pela grande imprensa. A notícia se transforma em um produto, sobretudo, das relações sociais, do cotidiano e do que ocorre no entorno deles, revelando o dia a dia. É importante salientar que, com a criação da internet, os meios de comunicação perderam um pouco do domínio que tinham em relação ao controle do que é e do que não é notícia.

Nos veículos de comunicação, o processo de produção da notícia pós-internet não é verticalizado, a grande imprensa perdeu o monopólio de divulgação do conteúdo. Até chegar ao público, a notícia passava por um complexo processo para se transformar em produto, submetia-se aos critérios e valores de noticiabilidade impostos pelos jornalistas e pelas empresas. A internet está contribuindo para quebrar esse movimento, permitindo que qualquer indivíduo possa produzir notícia com base em sua avaliação, em seus critérios do que é ou não importante. (BORGES, 2015, p.113)

A internet e, posteriormente, as redes sociais, permitiram que repórteres-amadores, como João Henrique da Silva, pudessem ter o próprio espaço nas mídias digitais para divulgar os fatos que eles acham importantes de serem compartilhados com os membros de sua rede social on-line. Para chamar a atenção do internauta, os repórter-amadores destacam, em um parágrafo, o que eles imaginam ser a parte mais relevante do acontecimento que retratam, algo que se assemelha ao lead dos jornalistas.

Cada repórter-amador adota o seu próprio critério de noticiabilidade, que, na maioria das vezes, foge do que é mostrado pelos grandes veículos de comunicação. Utilizando o exemplo de João Henrique da Silva, percebe-se que ele tenta noticiar um pouco de cada fato que ocorre em sua cidade e região, como os acontecimentos que envolvem ocorrências policiais e que têm ganhado mais destaque para o público que o acompanha. Por esse motivo, a maior parte das notícias divulgadas no Caruaru no Face é voltada para dar visibilidade aos fatos policiais.

Para atrair o leitor, os jornalistas escrevem um lead, o primeiro parágrafo de uma notícia. Ele é a parte crucial de uma matéria jornalística e deve trazer o básico sobre o que será narrado, como as seis perguntas a serem respondidas na abertura: quem? o quê? quando? onde? como? e por quê? Lage (1987) explica que o lead traz o fato principal de uma notícia, matéria ou reportagem, ou seja, o que é mais interessante. Ele deve ser complementado com dois ou mais parágrafos que tragam o acréscimo das informações para a notícia que está sendo editada e publicada. É o que João do Face faz intuitivamente, como mostraremos na análise.

A notícia também pode ser considerada como uma forma de enxergar o que está acontecendo na sociedade. Os conglomerados da comunicação a constroem a partir dos seus filtros econômicos, políticos e culturais. Da mesma forma que uma história possui mais de uma versão, a notícia contém vários lados que nem sempre são mostrados. Como a imprensa não pode estar em todos os cantos, os repórteres-amadores trazem fatos que estão mais perto deles e que nem sempre figuram na pauta de informações que é trabalhada pela mídia corporativa, sem se submeter aos filtros das empresas jornalistas.

Entretanto, não se pode negar que é por meio do jornalismo que a população se mantém atualizada e passa a debater temas que foram abordados pelos veículos de comunicação. Quando a informação não é recebida por meio da imprensa tradicional, muitas vezes o cidadão comum recorre a ela para confirmar se o fato tem ou não precedência. Traquina (2005) explica a importância do jornalismo para os cidadãos:

Ao longo dos séculos, as pessoas (muitas delas, pelo menos), têm desejado ser informadas sobre o que as rodeia, usando o jornalismo (ou uma forma pré-moderna de jornalismo) para se manterem em dia com os últimos acontecimentos, para combinarem com um conhecimento de

tópicos que lhes permita participar de conversas pessoais e de grupos, talvez para se sentirem reassseguradas de que através dos vários produtos do jornalismo não estão a perder algo, ou para serem fascinadas pelas alegrias ou tragédias da vida. (TRAQUINA, 2005, p.20)

De acordo com Traquina (2015), os jornalistas contam estórias por meio da notícia, transformando-se em contadores de estórias ao construírem narrativas dos fatos da sociedade contemporânea. Mas é necessário avaliar que não somente os jornalistas podem produzir uma notícia. Os repórteres-amadores, mesmo sem ter uma formação mais especializada na área de comunicação, podem criar um método de apuração para checar a veracidade da informação que eles vão transformar em notícia. Se isso ocorre de forma sistemática, a população pode construir uma relação de confiança na informação divulgada pelos repórteres-amadores. João Henrique da Silva é um desses repórteres-amadores que se preocupa em responder as perguntas básicas da notícia com método de apuração.

Os repórteres-amadores ganharam mais ferramentas para fazer notícia desde o surgimento das redes sociais, ampliando os espaços que antes estavam mais restritos aos blogs e às rádios comunitárias. Segundo Borges e Moraes (2017), a notícia se tornou um produto das novas relações sociais do jornalismo.

Quando a notícia quebrou a linearidade do processo de comunicação, ao integrar, em um mesmo plano, os aspectos da interatividade, da descentralização, da multilateralidade e da hipertextualidade, observou-se, segundo Miranda (2008), que as notícias estavam sendo produzidas por pessoas comuns que queriam dizer alguma coisa. (BORGES; MORAES, 2017, p.110)

Mas os conglomerados também ficaram atentos aos hábitos que foram adquiridos pelo cidadão desde a chegada da internet e da evolução das redes sociais, mesmo que tenham perdido um pouco da influência que exerciam durante o período de dominância dos canais de TV, emissoras de rádio e jornais impressos. Por esse motivo, os veículos de comunicação também passaram a dar relevância ao espaço virtual.

Em função das novas práticas instituídas pelos cidadãos comuns e, conseqüentemente, da ampliação dos critérios de seleção para se avaliar o que é e o que não é notícia, os conglomerados passaram a dar mais relevância às informações narradas pelos indivíduos nas redes sociais, principalmente nos blogs pessoais ou espaços nas redes sociais, como Facebook. (Borges; Moraes, 2017, p.115)

Com a entrada do computador nas redações dos veículos de comunicação e a popularização do acesso à internet, por meio dos telefones celulares, a grande imprensa passou a aprofundar a sua presença nas plataformas on-lines. Os gêneros, que antes predominavam no jornalismo impresso, televisivo e radiofônico, foram sendo adaptados às novas plataformas digitais, dando origem a novos gêneros que aproveitam toda a potencialidade do chamado webjornalismo. Nesta pesquisa, serão trabalhados alguns gêneros e características do webjornalismo, apresentados na sessão seguinte.

4.3 OS GÊNERO DO JORNALISMO IMPRESSO, TELEVISIVO E DA WEB.

Para analisar os formatos das notícias do Caruaru no Face, espaço no Facebook, criado pelo repórter-amador João Henrique da Silva, recorre-se a outro conceito, o de gêneros¹⁵, até mesmo para entender quais foram os formatos, trabalhados intuitivamente por ele, que deram a moldura para o que ele considerava notícia, conceito que já explicamos anteriormente. Os gêneros estão presentes em todas as plataformas do jornalismo. Eles são necessários para se elaborar uma espécie de moldura na qual serão escritas as informações, produzidas para as mais variadas formas narrativas dos meios de comunicação seja no impresso, no rádio, na TV ou na internet.

Os gêneros jornalísticos foram criados para servir como um guia, mostrando, para os profissionais do campo, a maneira mais adequada de construção textual para a informação se transformar em notícia, adaptada para o espaço que ela será formatada e divulgada. Cada mídia possui características específicas e os gêneros acompanham essas estratégias narrativas. Assim, o profissional da comunicação aprende a se adequar às especificidades de cada formato para poder transmitir a notícia ao público. Para entender os gêneros jornalísticos, é necessário compreender, inicialmente, o conceito de gênero de uma forma mais ampla.

De acordo com Bex (1996), citado por Prata (2012), há três importantes definições de gêneros. A primeira delas mostra que o gênero é composto por um agregado de eventos comunicativos que cumprem uma função social comum. A segunda explica que os gêneros são formações interativas, construídas por escritores e leitores. Já a terceira traz os gêneros como coleções de tipos de textos que têm uma função comum e que chamam os leitores a seguirem um papel social específico ou conjuntos de papéis sociais, que fazem parte de uma comunidade discursiva com práticas e textos em comum.

Estas definições citadas acima têm algo em comum. Elas trazem a informação essencial: a de que os gêneros estão presentes em todas as formas de comunicação. Mas é importante destacar que eles estão ligados à necessidade que os indivíduos têm

¹⁵ Neste TCC, os termos gênero e formato serão utilizados como sinônimos.

de dar ordem e sentido às ideias, elaboradas a partir de fatores culturais, como explica Aronchi de Souza (2004):

Os gêneros podem, portanto, ser entendidos como estratégias de comunicabilidade, fatos culturais e modelos dinâmicos, articulados com as dimensões históricas de seu espaço de produção e apropriação, na visão de Martín Barbero. Congregam em uma mesma matriz cultural referenciais comuns tanto a emissores e produtores como ao público receptor. Somos capazes de reconhecer este ou aquele gênero, falar de suas especificidades, mesmo ignorando as regras de sua produção, escritura e funcionamento. A familiaridade se torna possível porque os gêneros acionam mecanismos de recomposição da memória e o do imaginário coletivos de diferentes grupos sociais. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 50)

Os gêneros textuais no jornalismo estão presentes nos discursos produzidos pelos profissionais do campo, a partir de classificações criadas para se enquadrar os acontecimentos, uma vez aprendidas, essas regras são reproduzidas pelos jornalistas como um valor de distinção do campo em relação aos demais campos sociais. Os cidadãos reconhecem esses gêneros, mesmo que não saibam como eles são produzidos, quando distinguem, por exemplo, um telejornal de um programa de entretenimento. O cidadão não sabe como o gênero reportagem é feito, mas consegue identificá-lo quando lê um jornal impresso.

De acordo com Marques de Melo e Assis (2016), os gêneros também podem ser categorizados, incluindo todos os conteúdos que envolvem diretamente o jornalismo.

O funcionalismo faz dos gêneros uma espécie de “cavalo de batalha”, à medida que eles se estruturam refletindo as funções sociais básicas assimiladas pelos meios de Comunicação e atualizadas de acordo com as transformações sociais. Assim sendo, seus conteúdos são moldados por categorias funcionais (entre elas o Jornalismo) que se reproduzem em classes (ou gêneros), por sua vez organizadas em formas de expressão com certas características comuns (formatos) e subdivididas em espécies (tipos). (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016, p.45)

Para tratar da classificação dos gêneros jornalísticos no impresso, recorre-se a Marques de Melo (2009) que divide os gêneros em grandes áreas: Informativo, Opinativo, Interpretativo, Diversional e Utilitário. E cada um deles tem as suas subdivisões. Para explicar essa funcionalidade, Costa (2010) analisou as pesquisas do seu orientador, Marques de Melo (2006), e criou uma classificação para definir cada formato pertencente aos gêneros jornalísticos, que será apresentada logo mais à frente.

O gênero informativo é caracterizado por transmitir acontecimentos e informações para o público. Segundo Marques de Melo, as informações destacadas por esse gênero vão ganhando gradativamente a progressão dos acontecimentos por meio dos formatos.

A distinção entre a nota, a notícia e a reportagem está exatamente na progressão dos acontecimentos, sua captação pela instituição jornalística e acessibilidade de que goza o público. A nota corresponde ao relato de acontecimentos que estão em processo de configuração e por isso é mais frequente no rádio e na televisão. A notícia é um relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. A reportagem é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que já são percebidas pela instituição jornalística. Por sua vez, a entrevista é um relato que privilegia um ou mais protagonistas do acontecer, possibilitando-lhes um contato direto com a coletividade. (MARQUES DE MELO, 2003, p.66 apud TRESKA, 2007, p. 2)

Segue a tabela que apresenta a definição de cada formato pertencente ao gênero informativo, delimitada por Costa, com base em Marques de Melo:

Quadro 4 - Gênero Informativo

Gênero	Descrição
Nota	Relato de acontecimento que está em processo de configuração. Nem todos os elementos da notícia são conhecidos. Trata-se de um furo: antecipação de um fato que pode gerar notícia.
Notícia	Relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. Contém necessariamente repostas às perguntas de Quintiliano (que+quem+quando+como+onde+porque).
Reportagem	Reportagem - Relato ampliado de acontecimento que produziu impacto no organismo social (desdobramentos, antecedentes ou ingredientes noticiosos).
Entrevista	Relato que privilegia a versão de um ou mais protagonistas dos acontecimentos. Não se confunde com a técnica de apuração dos fatos. Configura uma espécie de relato da alteridade, dando "voz" aos "agentes" da cena jornalística.

Fonte: Marques de Melo (2009) e Costa (2010)

O gênero opinativo está ligado aos seguintes núcleos: a) empresa, b) jornalista, c) colaborador e d) leitor, como distingue Marques de Melo (2003, apud RÊGO; AMPHILO, 2010). Cada opinião, expressada por um desses núcleos, encaixa-se em alguns dos formatos do gênero opinativo. De acordo com Rêgo e Amphilo (2010),

A opinião destaca-se no texto jornalístico como um gênero consolidado, já que é, invariavelmente, claro e, portanto, facilmente identificável, todavia, sofre atualmente um processo evolutivo considerando, sobretudo, o novo jornalismo praticado nos suportes on-line, como no jornalismo denominado de open source journalism ou citizen journalism, no qual opinião e informação se confundem nos textos dos cidadãos jornalistas e que são enriquecidos pelos comentários postados e agregados a cada matéria publicada. (RÊGO;AMPHILO,2010,p.95)

Dessa forma, o gênero opinativo tem o formato editorial utilizado, geralmente, pelas empresas. Enquanto isso, o comentário, a resenha, a coluna, a crônica, a caricatura e o artigo refletem as opiniões dos jornalistas, mas não se pode iludir a mente com a ideia de que tudo o que é publicado não se passa por um filtro, mesma pertencendo ao gênero opinativo, quem escreve deve estar de acordo com a ideia econômica e política dos donos das empresas. É válido ressaltar que o leitor também se faz presente no processo opinativo ao escrever uma carta, e hoje, com a internet, ao enviar imagens, áudios e textos, compartilhando os fatos que acontecem nos cotidianos das cidades. Confira a seguir as características de cada um dos formatos:

Quadro 5 - Gênero Opinativo

Gênero	Descrição
Editorial	Expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento. Porta-voz da instituição jornalística. Espaço de contradições.
Comentário	Oriundo do jornalismo norte-americano, explica as notícias, seu alcance, suas circunstâncias, suas consequências.
Artigo	Matéria jornalística através da qual jornalistas e cidadãos desenvolvem ideias e apresentam opiniões. Contém julgamentos mais ou menos provisórios, porque é escrito enquanto os fatos ainda estão se configurando. Democratiza a opinião no jornalismo, possibilitando o seu acesso às lideranças emergentes na sociedade.
Resenha	Apreciação das obras de arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos fruidores e consumidores. Não tem a intenção de oferecer julgamento estético. Tem função eminentemente utilitária.
Coluna	Mosaico estruturado por unidades curtíssimas de informação e de opinião, caracterizando-se pela agilidade e pela abrangência.
Caricatura	Forma de ilustração que a imprensa absorve com sentido nitidamente opinativo. Sua origem semântica corresponde a ridicularizar, satirizar, criticar. Pode ser exercida também sob a forma de texto humorístico.
Carta	Espaço facultado aos cidadãos para que expresse seus pontos de vista, suas reivindicações, sua emoção.
Crônica	Formato genuinamente brasileiro, corresponde a um relato poético do real. Gira permanentemente em torno da atualidade, captando com argúcia e sensibilidade o dinamismo da notícia que permeia toda a produção jornalística.

Fonte: Marques de Melo (2009) e Costa (2010).

O gênero interpretativo tenta trazer para o leitor uma análise crítica e aprofundada sobre alguma situação, distinguindo-se do gênero opinativo. Segundo Leandro e Medina (1973 apud COSTA E LUCHT, 2010, p.111), “os elementos do jornalismo interpretativo são: aprofundamento, antecedentes (temporais, espaciais e do fato), contextualização e humanização e o formato desta “fase” seria a reportagem interpretativa”. Para trabalhar com o gênero interpretativo, o jornalista deve tornar o assunto claro e aprofundado.

Quadro 6 - Gênero Interpretativo

Gênero	Descrição
Perfil	Relato biográfico sintético, identificando os “agentes” noticiosos. Focaliza os protagonistas mais frequentes da cena jornalística.
Enquete	Relato das narrativas ou pontos de vista de cidadãos aleatoriamente escolhidos.
Cronologia	Reconstituição do acontecimento de acordo com variáveis temporais (secular, anual, semanal, horária)
Dossiê	Mosaico destinado a facilitar a compreensão dos fatos noticiosos. Condensação de dados sob a forma de “boxes”, ilustrados com gráficos, mapas ou tabelas.

Fonte: Marques de Melo (2009) e Costa (2010).

O gênero diversional busca passar a informação utilizando uma narrativa diferenciada que tenta trazer um fator emocional para o leitor. De acordo com Medina (2003, apud, ASSIS, 2010, p.145), o jornalismo convencional está ancorado no estilo literário, utilizando-se de recursos trabalhados por escritores de ficção. O propósito disso é deixar o texto jornalístico mais humanizado, agradável e atrativo para os leitores. A narrativa jornalística busca transmitir emoções e sentimentos por meio dos protagonistas e cenários da narrativa.

Quadro 7 - Gênero Diversional

Gênero	Descrição
História do Interesse Humano	Narrativa que privilegia facetas particulares dos “agentes” noticiosos. Recorrendo a artifícios literários, emergem dimensões inusitadas de protagonistas anônimos ou traços que humanizam os “olimpianos”.
História Colorida	Relatos de natureza pictórica, privilegiando tons e matizes na reconstituição dos cenários noticiosos. Trata-se de uma leitura impressionista, que penetra no âmago dos acontecimentos, identificando detalhes enriquecedores, capazes de iluminar a ação de agentes principais e secundários.

Fonte: Marques de Melo (2009) e Costa (2010).

O gênero utilitário é também conhecido como jornalismo de serviço e, assim como os demais gêneros, suas consolidações são sempre respostas às demandas sociais (Marques de Melo e Assis, 2016). Ele se caracteriza por transmitir uma mensagem que seja de importância e informativa para o receptor. De acordo com Vaz (2010):

Com o propósito principal de orientar o receptor, proporcionando-lhe uma informação útil, o gênero utilitário possui características próprias que o colocam como um gênero jornalístico independente. Esse jornalismo utilitário leva ao receptor a informação que ele necessita de imediato ou que pode necessitar em algum momento. Essa informação o ajuda a tomar decisões que podem influenciar em suas ações cotidianas. Dessa forma, o jornalismo utilitário não se insere nas classificações dos gêneros jornalísticos hegemônicos: opinativo e informativo. (VAZ, 2010, P.125)

Esse gênero ajuda os cidadãos com informações voltadas à prestação de serviços e fazem o receptor ficar atento para a tomada de decisões a respeito de inúmeros assuntos. Englobam o jornalismo de serviço os seguintes formatos:

Quadro 8 - Gênero Utilitário

Gênero	Descrição
Indicador	Dados fundamentais para a tomada de decisões cotidianas (cenários econômicos, meteorologia, necrologia, etc.).
Cotação	Dados sobre a variação dos mercados: monetário, industriais, agrícolas, terciários.
Roteiro	Dados indispensáveis ao consumo de bens simbólicos.
Serviço	Informações destinadas a proteger os interesses dos usuários dos serviços públicos, bem como dos consumidores de produtos industriais ou de serviços privados.

Fonte: Marques de Melo (2009) e Costa (2010).

Segundo Marques de Melo e Assis (2016), essas classificações são definidas por meio de normatização que estabelecem o modelo estrutural, os aspectos textuais e as particularidades de cada texto. Entretanto, elas não se limitam aos gêneros apresentados acima, pois ao decorrer dos anos e das ferramentas que são criadas, outros formatos de textos podem ser feitos para trabalhar situações que estão acontecendo em determinado momento. Com isso, os gêneros também vão se adequando aos suportes. Ou seja, eles vão se adaptando às potencialidades de cada mídia.

Quando a TV surgiu, por exemplo, os gêneros e formatos se modificaram a partir das potencialidades da própria mídia. Isso porque a televisão oferecia texto, imagem e som. Aronchi de Souza (2004) conceitua os programas televisivos a partir de um conjunto de espécies:

A definição epistemológica de gênero oferece o princípio para o estudo dos gêneros da televisão. O dicionário *Aurélio* apresenta definições básicas que permitem uma iniciação aos conceitos e identificam “gênero” como: *Conjunto de espécies que apresentam certo número de caracteres comuns convencionalmente estabelecidos. Qualquer agrupamento de indivíduos objetos, fatos, ideias, com caracteres comuns. Classe ou categoria de assunto ou técnica. O que distingue as obras de uma época ou de uma escola.* Nessa definição, pode-se assimilar o princípio de que os programas de televisão formam um “conjunto de espécies que apresentam certo número de caracteres comum”. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.41)

Aronchi de Souza (2004) categorizou os gêneros televisivos como pertencentes ao entretenimento, à informação, à educação, à publicidade e a outros. Cada uma dessas categorias abriga diversos gêneros que compõem a grade das emissoras de TV e servem como identificação de cada produto exposto na mídia. Confira a tabela dos gêneros da categoria de entretenimento:

Quadro 9 - Gêneros da categoria entretenimento.

Gênero	Descrição
Auditório	Programas que mais aproximam o telespectador da realidade da produção em televisão, pois permitem a entrada do público no estúdio, que é frequentemente convidado a participar do programa
Colunismo Social	Misto de talk show, programa institucional e telecompra. Acompanha festas e lançamentos de produtos.
Culinário	Programas que demonstra receitas em tom educativo. Geralmente apoiado por patrocinadores da indústria alimentícia e de eletrodomésticos.
Desenho	Desenhos animados com temáticas voltadas para crianças e para adultos, que também podem ter os roteiros adaptados para agradar ao público adulto.
Docudrama	Documentário que se associa ao gênero teledramaturgia, para justificar um argumento ou ilustrar uma história real.
Esportivo	Produções com programas ou quadros voltadas para esportes que podem envolver entretenimento, informação e educação.
Filme	Produções com temas variados que podem ser produzidos especialmente para a televisão ou pertencentes ao circuito comercial, que são negociados e adquiridos por cada emissora.
Game Show (Competição)	Promovem o interesse e mantém o telespectador atento acompanhando competições.
Humorístico	Composto por humoristas que fazem conteúdo voltado para crianças ou piadas para o público adulto.
Infantil	Programas e seriados com quadros, desenhos e histórias voltadas para crianças.

Interativo	Programas com enredo dramático que promovem a interatividade do telespectador com a emissora.
Musical	Programas que exibem festivais de música no formato “especiais”, de auditório ou shows ao vivo.
Novela	Histórias contadas através de capítulos que retratam os mais diversos assuntos.
Quis Show (Perguntas e respostas)	Fórmula que mistura programa e jogo, em que os participantes ou equipes devem acertar o maior número de respostas para ganhar um prêmio.
Reality Show	Mistura de game show de resistência com câmeras captando as reações dos participantes.
Revista	Gênero que mistura todos os formatos para preencher toda duração do programa com várias atrações.
Série	Produtos com temas variados que não exigem do telespectador um conhecimento prévio da história.
Série Brasileira (Minisséries)	Produções baseadas em temas da história ou do cotidiano com duração bem menor do que as novelas.
Sitcom	Produções baseadas em temas da história ou do cotidiano com duração bem menor do que as novelas.
Talk Show	Produção que transmite uma conversa com casualidade e espontaneidade, com versatilidade para passar pelo musical, jornalismo, política e esporte.
Teledramaturgia	Todas as produções em que personagens são caracterizados para transmitir uma mensagem.
Variedades	Parecido com o gênero revista, entretanto, recorre ao auditório e improvisado para sustentar horas da grade.
Western (Faroeste)	Populares nos EUA, esta produção é conhecida por se tratar de séries voltadas para o faroeste e que marcaram o Brasil nas décadas de 60 e 70.

Fonte: Aronchi de Souza (2004)

No manual de produção de programa da British Broadcasting Corporation (BBC), da Grã Bretanha, citado por Aronchi de Souza (2004), é possível encontrar uma explicação sobre a categorização dos programas:

“Os programas devem: 1. Entreter e 2. Informar. O entretenimento é necessário para toda e qualquer ideia de produção, sem exceções. Todo programa deve entreter, senão não haverá audiência. Entreter não significa somente vamos sorrir e cantar. Pode ser interessar, surpreender, divertir, chocar, estimular ou desafiar a audiência, mas despertando sua vontade de assistir. Isso é entretenimento. Programas com o propósito de informar são necessários em qualquer produção, exceto naquela dirigida inteiramente para o entretenimento (balés, humorísticos, videoclipes, etc.. Informar significa possibilitar que a pessoa no final da exibição, saiba um pouco mais do que sabia no começo do programa a respeito de determinado assunto. Em suma, qualquer que seja a categoria de um programa de televisão, ele deve sempre entreter e pode também informar. Pode ser informativo, mas deve também ser de entretenimento.” (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 39)

A informação está presente em quase todos os programas de TV e pode vir inserida em vários gêneros. Na maioria das vezes, as pessoas que utilizam este gênero são apresentadores ou jornalistas que têm o conhecimento e dominam as suas características.

Quadro 10 - Gêneros da categoria informação

Gênero	Descrição
Debate	Produções de baixo investimento que podem abordar um ou vários temas e contam com entrevistados e entrevistadores.
Documentário	Produções com temas variados de papel informativo com grande aprofundamento dos assuntos.
Entrevistas	Gênero que está ligado aos programas jornalísticos da emissora, que procuram pessoas das mais diversas áreas para ficar frente a frente com o apresentador, na maioria jornalistas de renome.
Telejornal	Programa com apresentador em estúdio chamando matérias e reportagens sobre os fatos mais recentes.
Coluna	Mosaico estruturado por unidades curtíssimas de informação e de opinião, caracterizando-se pela agilidade e pela abrangência.

Fonte: Aronchi de Souza, 2004.

O gênero da categoria educação se refere a programas que exibem temáticas educativas que geralmente vem unidos com o entretenimento.

A categoria educação pode ser dividida em diversos gêneros: educativo, instrutivo, seriado, infantil, formação complementar, profissionalizante, entre outros. Um estudo específico do gênero educativo identificaria variações inspiradas nas categorias de entretenimento e informação, que se utilizam das mesmas técnicas dessas categorias, porém com objetivos educativos. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.154)

Os programas voltados para educação geralmente estão presentes em canais exclusivos desses assuntos ou em algum horário matutino de canais comerciais.

Quadro 11 - Gênero da categoria Educação

Gênero	Descrição
Educativo Instrutivo	Aulas com linguagem televisiva e programas produzidos para a audiência em geral, como telecursos e infantis.

Fonte: Aronchi de Souza, 2004.

Os gêneros da categoria publicidade são necessários para manter os demais gêneros ativos em seus horários na programação das emissoras. Geralmente, eles têm como protagonista um produto ou serviço que é anunciado pelos apresentadores dos

programas ou como forma de comercial entre os intervalos. Entretanto, a categoria publicidade também inclui o gênero político. Nele, é realizada a propaganda eleitoral obrigatória nos anos de eleição ou comunicados presidenciais. Também estão nessa categoria os sorteios nos quais existem a interação dos telespectadores na compra de bilhetes ou participação em promoções.

Quadro 12 - Gêneros da categoria Publicidade

Gênero	Descrição
Chamada de Patrocínio	Garantem ao programa e ao patrocinador a associação imediata da empresa ou produto com o programa transmitido.
Filme Comercial	Produções com temas variados de papel informativo com grande aprofundamento dos assuntos.
Político	Comunicados presidenciais e propagandas eleitorais exibidas durante o período de eleições. As emissoras são obrigadas pela Lei Eleitoral a ceder espaço na programação.
Sorteio	Programas em que são realizados sorteios, onde o telespectador é estimulado a acompanhar e comprar bilhetes. Os resultados são divulgados no a e apresentam os ganhadores e os prêmios para atestar a veracidade do programa.
Telecompra	Programa em que apresentadores divulgam produtos, fazem demonstrações e tentam convencer o telespectador a realizar a compra.

Fonte: Aronchi de Souza, 2004.

Os gêneros da categoria “Outros” são programas diferenciados produzidos pelas emissoras de TV que remetem a datas comemorativas ou celebrações e atividades religiosas. Eles podem ser exibidos diariamente, como o caso de temáticas religiosas, ou esporadicamente, que são os programas exibidos somente em determinado período.

Quadro 13 - Gênero da categoria Outros

Gênero	Descrição
Especial	Único programa produzido para ir ao ar em maior interesse da emissora e do patrocinador. Por isso as datas comemorativas e festivas são oportunidades para as redes lançarem programas especiais.
Evento	Programas que podem estar associados a várias categorias, exibindo eventos festivos e de celebração.
Religioso	Programas que podem estar associados a várias categorias, exibindo eventos festivos e de celebração.

Fonte: Aronchi de Souza (2004)

Assim como ocorreu com o impresso, que foi se adaptando à televisão, para aproveitar a potencialidade da internet, os gêneros também foram se transformando

para a narrativa que ficou conhecida como webjornalismo. De acordo com Barbosa (2005, p. 2), uma das primeiras pesquisadoras a estudar o jornalismo na web, esses gêneros são uma forma de jornalismo mais recente: “o webjornalismo é a modalidade na qual as novas tecnologias já não são consideradas apenas como ferramentas, mas, sim, como constitutivas dessa prática jornalística.”

Anos depois, Reges (2011) aprofundou o estudo sobre as características do webjornalismo, chegando as seguintes classificações: 1) a hipertextualidade, 2) a multimídia, 3) a interatividade, 4) a memória, 5) a personalização, 6) a utilização de bases de dados e 7) o jornalismo colaborativo. A tabela a seguir detalha cada uma dessas características:

Quadro 14 - Características do Webjornalismo

Característica	Descrição
Hipertextualidade	A base que proporciona as relações jornalista – máquina – leitor – jornalista, possibilitando perfeito encadeamento das funções de multimídia e interatividade.
Multimídia	A multimídia transmite uma mesma informação em formatos diferentes (áudio, vídeo, imagem estática ou texto), proporcionando novas formas de “leitura”.
Interatividade	A interatividade permite que o usuário opine, elogie e critique, colabore com sugestões e, principalmente construa as notícias, o que, quando bem aplicado e apurado, ajuda a explorar o senso crítico da população.
Memória	a memória rompe a barreira de espaço e tempo, deixando disponível ao usuário, informações publicadas nos momentos em que o usuário não estava conectado à rede.
Personalização	A customização de conteúdo, ou personalização, fortalece a relação entre canal e receptor ao permitir que o mesmo se reconheça no produto final.
Utilização de Base de Dados	Aplicado ao webjornalismo, o uso de base de dados implica em modificações no fazer jornalismo na Internet, no sistema de obtenção e produção de informações, assim como na difusão das mesmas.
Jornalismo Colaborativo	Participação da população na produção de notícias com temáticas variadas.

Fonte: REGES (2011)

Bradshaw (2014) acrescenta a instantaneidade nas características acima do webjornalismo, que está sempre associada à adiver na publicação da informação.

Na era da instantaneidade em rede, suposições sobre o que constitui “ser o primeiro” estão sob pressão. Na medida em que as empresas jornalísticas têm competido em termos de velocidade, estas elegeram as novas tecnologias como suporte para lhe darem vantagem, desde o uso do telégrafo para distribuição de notícias, passando pela editoração eletrônica (desktop publishing), até a adoção da tecnologia via satélite pelas emissoras (broadcasters). Caso o veículo (publisher) não conseguisse ser o primeiro a divulgar a estória, então teria de ser o

primeiro a obter a primeira fotografia, a primeira entrevista, a primeira reação, ou o primeiro a fornecer a análise do fato. (BRADSHAW, 2014, p.111)

Percebe-se que essa mesma ideia permanece na publicação do conteúdo nas redes sociais pelos repórteres-amadores, como a instantaneidade de publicar e fazer com que a informação seja consumida rapidamente pelos internautas. O on-line contribuiu para essa característica, pois permitiu que as pessoas não dependessem mais da TV ou do rádio para se informar com certa rapidez.

Uma nova característica também marcante do webjornalismo é a ubiquidade tratada por Pavlik (2014):

No contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real. Quer dizer que todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global. Além disso, o conteúdo noticioso emana de uma variedade de fontes cada vez mais ubíquas, incluindo câmeras de segurança ou vigilância bem como sensores de muitos tipos e formatos, frequentemente ligados à internet. (PAVLIK, 2014, p.160)

O aumento do jornalismo cidadão e o surgimento de novas formas de narrativas são dois fatores trazidos pela ubiquidade e que estão presentes no Caruaru no Face. Segundo Pavlik (2014), a possibilidade de acessar tudo em qualquer lugar permite que o compartilhamento de informações deixe de ser exclusivo dos jornalistas e passe a poder ser feito por qualquer cidadão dotado do mínimo de tecnologia. Já as novas narrativas estão associadas à geolocalização, que permite o usuário a receber informações dos locais mais próximos ao seu redor, e à imersão possibilitando que as pessoas participem de acontecimentos sem estarem no local do fato.

Com a potencialidade da internet, todos os gêneros jornalísticos ganharam um novo espaço na amplitude gerada pelas ferramentas da comunicação digital. Uma notícia que viria como uma nota em um jornal impresso pode ganhar uma nova proporção graças às características do webjornalismo, que irão subsidiar os gêneros do jornalismo na internet. De acordo com Ferrari (2008, p. 39), “os elementos que compõem o conteúdo on-line vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa – textos, fotos e gráficos. Pode-se adicionar sequências de vídeo,

áudio e ilustrações animadas”. Mas os gêneros do webjornalismo já tinham sido mapeados por Mielniczuk (2003), como uma parte específica dos recursos narrativos provenientes da internet.

O webjornalismo, por sua vez, refere-se a uma parte específica da internet, que disponibiliza interfaces gráficas de uma forma bastante amigável. A internet envolve recursos e processos que são mais amplos do que a web, embora esta seja, para o público leigo, sinônimo de internet. (MIELNICZUK, 2003, p.26)

O jornalismo digital também trouxe os seus próprios elementos que são importantes para proporcionar interatividade e fortalecer as características do webjornalismo como o hipertexto, o link e o paratexto. “O hipertexto impõe uma lógica de funcionamento para a apresentação das informações na web, exercendo a função de matriz que organiza as informações no espaço e no tempo” (MIELNICZUK, 2003, p.94). Dessa forma, o hipertexto vai possibilitar a interconexão dos artigos. Para essa tarefa, também são utilizados os links como uma expansão do emprego da hipertextualidade.

O link, mais do que um elemento essencial para a existência do hipertexto, ou justamente por sê-lo, é colocado como um dispositivo da escrita hipertextual. Trata-se de um elemento determinante em vários processos que decorrerão dessa nova forma de escritura. (MIELNICZUK, 2003, p.111)

Sendo assim, o link ajuda no compartilhamento e no acesso à informação. Já o paratexto vai ajudar a compor o conteúdo que está presente nos links. De acordo com Mielniczuk, “os paratextos seriam os textos que acompanham, envolvem e delimitam o texto principal. Corresponderiam a uma zona de transição e de transação entre o texto (para o autor, especificamente o livro) e o leitor” (MIELNICZUK, 2003, p.112). Veja um resumo desses tipos elementos classificados como gêneros textuais no webjornalismo conforme Mielniczuk:

Quadro 15 - Gêneros do Webjornalismo

Gênero	Descrição
Hipertexto	Funciona como um dispositivo de escrita na web e possibilita a organização das informações e conseqüentemente o acesso a elas.
Link	Ferramenta que possibilita o acesso e compartilhamento de informações diversas e está ligado ao hipertexto.

Paratexto	São os textos que acompanham o texto principal e que estão ligados ao link. Fonte: Mielniczuk, 2003.
-----------	---

Canavilhas (2001) aponta que um dos grandes desafios do webjornalismo é saber adaptar a notícia às exigências de um público que pede cada vez mais rigor e objetividade. Por este motivo, é válido frisar que os meios digitais disponibilizam elementos multimídia que se integram à webnotícia.

A introdução de novos elementos não textuais permite ao leitor explorar a notícia de uma forma pessoal, mas obriga o jornalista a produzi-la segundo um guião de navegação análogo ao que é preparado para outro documento multimédia. O jornalista passa a ser um produtor de conteúdos multimédia de cariz jornalístico - webjornalista. Por sua vez, o utilizador do serviço não pode ser identificado apenas como leitor, telespectador ou ouvinte já que a webnotícia integra elementos multimédia, exigindo uma "leitura" multilinear. (CANAVILHAS ,2001 p.6)

Confira abaixo os recursos, descritos por Canavilhas (2001), que, neste trabalho, trataremos como outros gêneros surgidos com a internet, um deles já foi identificado anteriormente por Mielzinuck: o hipertexto.

Quadro 16 – Gêneros do Webjornalismo

Gênero	Descrição
Hiperligações	Utilização em textos extensos, ligando várias pirâmides invertidas da notícia, notícias anteriores em arquivo, bases de dados ou textos externos ao jornal. É recomendável que estas ligações abram em novas janelas de forma a manter o utilizador ligado ao webjornal.
Vídeo	Os materiais jornalísticos mais apropriados para acompanhar uma notícia são as declarações de intervenientes ou de especialistas nas matérias em questão. A utilização do vídeo impõe-se em situações de difícil descrição ou que exijam muito texto. Ideal para a utilização em notícias relacionadas com desporto.
Flashes e 3D	Utilização em situações como catástrofes ou acidentes, em que não existe o registo vídeo da situação. Recorrendo a imagens de síntese é possível criar e/ou antecipar virtualmente as situações.
Flash e Gráficos	Aconselhado para notícias que contêm grandes quantidades de informação associadas a questões técnicas. Notícias de cariz económico, como as relacionadas com a Bolsa, podem tirar grande partido de gráficos.
Áudio	Nem sempre é fácil citar nem descrever o estado emocional do entrevistado. Com o recurso a ficheiros áudio é possível transmitir a cor das palavras. O áudio poderá integrar a webnotícia enquanto elemento interpretante.

Fonte: Canavilhas, 2001.

É importante destacar que João Henrique utiliza, além dos gêneros do webjornalismo, alguns gêneros pertencentes ao jornalismo impresso adaptados para o

formato digital. De acordo com Pereira (2018), os meios de comunicação têm suas adaptações frutos dos meios anteriores:

Assim, quando o rádio surge predominam as características do meio impresso, o mesmo ocorre com a chegada da TV que carregou em suas primeiras produções muito do que era feito no rádio, inclui-se aí os destaques dados aos programas musicais. Com a internet não foi diferente, em sua origem, suas publicações eram frutos de produtos e linguagem utilizados nos outros veículos de comunicação já solidificados, em especial o impresso. (PEREIRA, 2018)

É considerável retratar que os gêneros do webjornalismo permitem que a informação chegue aos telespectadores das mais variadas formas, como por exemplo, pela Live por streaming, como define Silva (2008). O que antes, nos outros formatos do campo do jornalismo, era necessário um aparato complexo com necessidade de muitos profissionais para realizar a execução, uma estratégia narrativa que se tornou mais simples com a chegada dos smartphones e seus recursos.

Quadro 17 – Gênero do Webjornalismo

Gênero	Descrição
Live Stream	Condição Técnica de transmissão de vídeo ou áudio em tempo real e de forma contínua cuja possibilidade até então era exclusividade dos broadcasting como emissoras de rádio e TV. Nos moldes atuais o jornalismo pode se estruturar em outras dimensões através da utilização de um ambiente móvel de produção formatado por ferramentas portáteis online como Smartphones para processar as informações (áudio, vídeo, texto, imagem) de forma digital e transmitir em caráter instantâneo

Fonte: Silva, 2008.

Esse gênero foi ampliado, passou por modificações e está disponível na rede social Facebook desde 2015. A Live permite que o usuário faça uma transmissão ao vivo em qualquer local que possua o acesso à internet. A ferramenta admite que o ao vivo seja visto por qualquer usuário on-line, amigo ou seguidor de um perfil ou página naquela rede social. Segundo Mota e Palácios (2018), essa ferramenta não é necessariamente considerada como algo novo, mas se destaca por estar em uma rede social em que estão presentes milhões de pessoas.

O caráter social dessa experiência configura-se a partir do modo como os usuários da plataforma, através de seus perfis, podem comentar em tempo real, reagir (com expressões delimitadas pela rede sociais e representadas por ideogramas coloridos que surgem na tela) e visualizar as interações de outros usuários de modo simultâneo ao consumo do vídeo 'ao vivo'. Tais manifestações, estabelecidas por essa dinâmica,

ficam também disponíveis para visualização instantânea de quem produz e transmite 'ao vivo'. (MOTA; PALACIOS, 2018, p.5)

Deve-se destacar que João Henrique da Silva utiliza alguns desses gêneros do jornalismo adaptados aos do webjornalismo, apresentados acima, na sua página do Facebook. Ele tem se apropriado especialmente dos gêneros informativos com os formatos de nota, notícia, reportagem e entrevista, postados no Facebook, utilizando os recursos disponíveis das redes sociais e faz adaptações para transmitir o conteúdo que deseja para quem acompanha o Caruaru no Face.

De acordo com Irene Machado (2001, apud MARQUES DE MELO, 2010, p.23), “os meios se diversificaram e tornaram-se mais complexos; os modos de organização das mensagens se transformaram e, conseqüentemente, novos formatos surgiram”. A internet e a popularização das redes sociais deram um impulso para que novos gêneros surgissem e novas formas de compartilhar informações fossem criadas na esfera do webjornalismo.

A internet permitiu que os veículos de comunicação e, conseqüentemente, os repórteres-amadores pudessem compartilhar os acontecimentos de uma maneira mais dinâmica com o objetivo de atingir o maior número de pessoas possíveis. Os formatos jornalísticos, presentes nos jornais impressos, telejornais e canais de rádio, foram ampliados para o ambiente digital, como as novas ferramentas de multimídia, disponibilizadas na internet.

Na análise serão observados o Caruaru no Face e os gêneros do jornalismo informativo, como a nota, notícia, reportagem e entrevista, com base em Marques de Melo (2009); o gênero opinativo coluna, de acordo com Aronchi de Souza (2004); os gêneros do webjornalismo, como a live streaming, descrita por Silva (2008); e o link visto por Mielniczuk (2003), além da hiperligação e o vídeo, apontados por Canavilhas (2001).

5 METODOLOGIA

O percurso metodológico aplicado nesta pesquisa caminha por dois sentidos, que se complementam para que possamos responder às duas perguntas da pesquisa. A primeira é: quais as disposições sociais que fizeram com que o cidadão João Henrique se transformasse em um repórter-amador? Já a segunda é: como é que o repórter-amador define o que é e o que não é notícia e elabora essa narrativa mesmo que intuitivamente a partir dos gêneros jornalísticos? Essas duas perguntas estão conectadas aos objetivos desta investigação acadêmica.

O objetivo principal é entender quais foram as disposições sociais que levaram João Henrique da Silva a se tornar um repórter-amador e a criar a página do Caruaru no Face. Como objetivos específicos, será feita a análise do que é considerado notícia para o criador da página Caruaru no Face, mostrando os gêneros jornalísticos que ele tem se apropriado quando observamos as postagens da página.

No primeiro caminho, busca-se compreender, inicialmente, como João Henrique da Silva conseguiu construir, de forma inconsciente, o esquema disposicional que o levou a querer ser um repórter-amador. No segundo, identifica-se como ele vai produzir as notícias na sua página adotando ou não os gêneros do webjornalismo, mesmo que de forma intuitiva, e quais são os critérios de noticiabilidade atribuídos por ele.

Dessa forma, a primeira parte da metodologia parte do pressuposto de que são determinadas disposições sociais que levam o cidadão a desempenhar o papel de repórter-amador, como Borges (2015) verificou em seu trabalho. Tendo como referência a metodologia de Lahire (2002; 2004; 2006; 2010) para analisar, de um ângulo diferente, o universo do indivíduo que se sente motivado a realizar práticas jornalísticas de forma voluntária.

Como se pode conhecer as disposições que funcionam como motivadoras dos esquemas disposicionais de cada indivíduo? Os esquemas disposicionalistas nunca são mostrados de forma direta, só são revelados a partir da interpretação de múltiplos traços de uma realidade reconstruída por meio da qual se encontram as origens das variações disposicionais que contribuem para o surgimento de novas ações. Têm-se

acesso aos esquemas disposicionais processados inconscientemente pelo ator por meio de observação direta, consulta de documentos, entrevistas ou questionários.

Durante esta pesquisa, foram feitas entrevistas sucessivas e em profundidade. Inicialmente, o repórter-amador respondeu a um questionário geral, que fez um mapeamento socioeconômico. Depois, participou de cinco sessões sucessivas de entrevistas em profundidade, que duraram aproximadamente duas horas cada uma delas. A utilização dessa técnica permitiu que o entrevistado ficasse mais tranquilo e confiante com a entrevistada, que estava com as perguntas previamente organizadas. A análise foi feita após a decupagem das gravações ocorridas durante as entrevistas, realizadas com a autorização do entrevistado.

Além disso, foi realizada a análise da página Caruaru no Face, criada por João Henrique da Silva, aplicando os conceitos de notícia, valores-notícia e gêneros do jornalismo no impresso e na web. Para essa observação detalhada, foi necessário o uso da netnografia, conceito originado a partir da etnografia.

A etnografia tem origem na antropologia, ciência que estuda o homem e suas implicações nos diversos contextos sociais. Hine (2000) define a etnografia como uma ferramenta que propicia ao pesquisador submergir no mundo em que se estuda por um tempo determinado, buscando, a partir dessa experiência, dar sentido às pessoas, aos grupos sociais e as culturas produzidas pelos homens. (FRANÇA; SILVA; FELIX, 2016, p.5).

Sendo assim, a netnografia seria um ramo da etnografia voltada para o ambiente digital. Segundo o Kozinets, “A netnografia é a etnografia adaptada às complexidades de nosso mundo social contemporâneo, mediado pela tecnologia” (KOZINETS, 2010, p.5). Dessa maneira, o modelo de pesquisa contribuiu na forma de rastrear e documentar os comportamentos on-line dos produtores de conteúdo da página Caruaru no Face, coordenada pelo repórter-amador João Henrique, mapeando a organização e categorização dos dados coletados.

As postagens do Caruaru no Face foram observadas dia após dia, durante o período de 1 a 31 de dezembro de 2019, buscando focar nos seguintes critérios: 1) identificar o que é notícia, com base em Traquina (2005), Wolf (1999), e 2) observar se elas estão seguindo os formatos atribuídos ao webjornalismo, a partir dos formatos que estão dados de acordo com os autores Canavilhas (2003), Reges (2011), Pavlik (2014), Bradshaw (2014), Mota e Palacios (2018).

Para complementar a netnografia, foram realizadas entrevistas em profundidade com João Henrique da Silva para entender como foram definidas as postagens e o que ele considera notícia. Esse processo vai permitir uma explicação mais minuciosa sobre os valores-notícia e os gêneros que o repórter-amador João Henrique da Silva está adotando, mesmo que intuitivamente, para a construção narrativa das notícias no seu espaço na rede social Facebook.

6 ANÁLISE

6.1 AS MOTIVAÇÕES DISPOSICIONAIS DO REPÓRTER-AMADOR JOÃO HENRIQUE

Para entender como o Caruaru no Face se tornou uma página de popularidade entre os caruaruenses, devido às mais de 350 mil curtidas no Facebook, é necessário compreender quem é João Henrique e como foi despertado o desejo de potencializar a página. Para isso, será necessário estudar “quais são as disposições que contribuem com mais frequência para que o repórter-amador acione inconscientemente o seu repertório de esquemas disposicionais que vai motivá-lo a realizar práticas mais ativas no processo de produção de notícia” (BORGES, 2015).

Vários acontecimentos marcaram a vida de João Henrique. Para entendê-los com mais clareza, foram realizados diversos questionamentos nas entrevistas em profundidade com o objetivo de buscar quais as ações se traduziram no trabalho que ele tem realizado. As perguntas feitas fizeram o indivíduo refletir sobre a vida familiar, no trabalho, na escola e na igreja, além de questionar sobre hábitos que podem ter sido decisivos durante a formação como repórter-amador. De acordo com Lahire:

Uma disposição só se revela por meio da interpretação de múltiplos traços, mais ou menos coerentes ou contraditórios, da atividade do indivíduo estudado, sejam eles produto da observação direta dos comportamentos, do recurso ao arquivo, ao questionário ou a entrevista sociológica. (LAHIRE, 2004, p.22)

João Henrique era morador da zona rural de Caruaru e se mudou para a área urbana da cidade durante a transição da infância para a adolescência. Seus pais tinham o hábito de sempre ouvir rádio pela manhã, pois era uma forma de se manterem bem informados sobre o que estava acontecendo. O hábito se transformou em um hobby para ele na juventude, quando começou a trabalhar ajudando em fabricos¹⁶. Enquanto os colegas de trabalho gostavam de ouvir as músicas que tocavam nas rádios FM, João Henrique preferia ouvir os programas policiais e de política das emissoras AM, que trabalhavam mais a notícia. Os locutores eram radialistas conhecidos da cidade, que explanavam em seus horários os assuntos mais comentados do dia.

¹⁶ Termo usado para identificar casas ou galpões em que se confeccionam várias peças de roupas

O indivíduo estudado sempre gostou de saber o que estava acontecendo e o rádio teve um papel importante nisso por ser uma maneira acessível para se manter atualizado. Enquanto ele realizava as suas funções no fabrico, estava ouvindo as informações sobre os acontecimentos da cidade. Entretanto, as pessoas que trabalhavam com João Henrique não tinham o mesmo gosto para ouvir a rádio AM e ele se sentia sozinho nessa questão. Era um indivíduo que apresentava disposições dissonantes das dos outros membros do grupo de trabalho.

O hábito de se manter bem informado permanece nele na vida adulta, mas de uma maneira diferente. Com a popularização dos smartphones, João Henrique passou a acessar as notícias pela internet do seu celular a qualquer hora do dia e devido à correria diária, não consegue mais ter tempo para ouvir os programas de rádio que escutava. Ele passou a dar preferência aos sites, às redes sociais, aos vídeos publicados no Youtube e aos podcasts, por se encaixarem melhor com a nova rotina de trabalho.

A mãe de João Henrique era professora da educação primária e incentivava o filho a estudar e participar de grupos religiosos que pregam a ajuda ao próximo. Isso fez com que ele criasse uma relação maior com a comunidade na área urbana, tendo sido por um tempo integrante de uma das equipes voltadas para amparar pessoas carentes. Com uma infância missionária, realizava arrecadação de alimentos e colaborava na solução de outros problemas que as pessoas do bairro estavam enfrentando. Contudo, ele era uma pessoa mais tímida para lidar com grupos na escola e nunca participou de grêmio estudantil ou grupos em que assumisse liderança.

No ambiente escolar, o indivíduo sentiu um choque ao se mudar da escola da zona rural para a do ambiente urbano. Ficou surpreso ao perceber que o ensino era diferente e que as pessoas tinham pensamentos mais variados, mas não teve grandes problemas de adaptação. Ele relatou que uma professora de história o fez se encantar pela matéria, a partir da forma em que ela contava os acontecimentos que eram estudados na disciplina para os alunos.

A maneira que a educadora lecionava fez João Henrique despertar a curiosidade para pesquisar e se aprofundar em acontecimentos históricos, que foram notícias importantes em determinadas épocas, como por exemplo o ataque às torres gêmeas no

dia 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos. A professora trazia jornais e revistas que noticiavam o fato e essa ação despertou nele o desejo de saber mais, o que o estimulou a comprar revistas para se manter bem informado.

Após passar parte da adolescência e da vida adulta trabalhando com confecção de roupas, João Henrique percebeu que, para ele, não havia mais perspectivas naquela profissão. Então, decidiu se dedicar a estudar para entrar no ensino superior. Passou no vestibular para o curso de Gestão Pública em uma faculdade particular de Caruaru no ano de 2014. Entretanto, não havia a quantidade de pessoas suficientes para fechar uma turma e, como segunda opção, decidiu ingressar no curso de Marketing.

Na época em que entrou na faculdade, ele já havia criado a página no Facebook, mas não era algo que ele considerava relevante, pois ficava sem atualizações por muito tempo e não tinha definições de assuntos. O espaço on-line foi criado em 2012, sem muitas pretensões do que viria a se tornar anos depois. João Henrique começou fazendo postagens de fotografias de Caruaru, vídeos de shows ou replicando postagens de outros sites. Chegou a ficar longos períodos sem postar.

A vida acadêmica o ajudou a dar um pontapé para se dedicar à página, quando começou a cursar as disciplinas que envolviam redes sociais e publicidade e propaganda. A partir dos aprendizados na sala de aula, ele teve mais ideias que pôde colocar em prática no seu espaço na rede social. Entretanto, o curso universitário escolhido por ele não ensinava os termos teóricos dos gêneros do jornalismo, que passou a trabalhar na página, mas serviu posteriormente de apoio para desenvolver ideias nas formas de realizar a publicidade no Caruaru no Face.

O processo de definição da temática que seria trabalhada na página foi algo definido aos poucos. Inicialmente, João Henrique começou a compartilhar fotos da cidade e chegou a postar shows do São João ¹⁷ de Caruaru. Esse tipo de evento costuma atrair um grande público, incluindo pessoas de cidades vizinhas e de outros estados. Quem não podia ir assistir às apresentações dos artistas, podia acompanhar de casa através dos vídeos disponibilizados no Caruaru no Face. A quantidade de visualizações o estimulou a pôr em prática novas ideias.

¹⁷ Festa que acontece em junho em Caruaru e costuma durar todo o mês. O nome é em homenagem ao santo São João.

O rádio o fez desenvolver uma paixão por notícia. Dessa forma, o indivíduo sempre queria estar bem informado sobre o que estava acontecendo, mas ver os sites de notícias da cidade desatualizados nos fins de semana o deixava insatisfeito. Muitos acontecimentos que ele julgava importante e que aconteciam na sexta-feira à noite ou no sábado pela manhã só eram publicados na segunda-feira. Isso o fez imaginar que outras pessoas podiam pensar da mesma forma. Então, por que não publicar a notícia enquanto ela ainda está acontecendo?

O ano de 2016 foi um momento importante de transição da página, pois até então João Henrique realizava as postagens no tempo livre. Durante uma rebelião no presídio de Caruaru, que aconteceu naquele ano, ele passou a fazer lives¹⁸ em frente à unidade prisional e várias pessoas começaram a ser os seus seguidores. Toda a situação veio chamar atenção de veículos tradicionais, que chegaram a procurar por João e utilizar o seu conteúdo filmado, como forma de repassar o que estava acontecendo.

A rebelião foi um marco para o Caruaru no Face, porque foi o momento em que teve bons números de audiência nas lives. Os internautas ficavam na expectativa do que poderia acontecer, fazendo questionamentos, dando opiniões e se preocupando com a segurança pública da cidade. Assistir à situação ao vivo fez com que as pessoas criassem um elo maior com a página, utilizando o número de telefone que era disponibilizado nela para mandar mensagens.

Após o episódio da rebelião, João Henrique passou a realizar postagens regulares no Caruaru no Face. Ele se sentiu mais estimulado a prosseguir quando percebeu os números de curtidas, compartilhamentos e interações crescendo. Isso fez com que dedicasse um tempo maior que o do seu lazer para produzir conteúdo para a página e chamou a atenção de anunciantes que queriam ter sua marca veiculada ao seu espaço virtual.

João Henrique, que até então trabalhava na área de confecção, passou a tirar um pouco da sua renda dos anúncios da página. Ao perceber os números da página aumentando, ele precisou se organizar estrategicamente para dar conta desse crescimento e começou a procurar pessoas que pudessem ajudar. Sendo assim, ele fez

¹⁸ Função de transmissão ao vivo disponibilizada no Facebook

parceria com um radialista que tinha um blog policial bastante conhecido na cidade e contou com a ajuda de dois produtores para manter o conteúdo e gerenciar a comunicação com o público.

É importante deixar claro que o indivíduo criou os seus métodos de apuração da informação, que foram amadurecidos ao decorrer dos anos e serão trabalhados no tópico seguinte. Mesmo sendo uma página e não um veículo de comunicação local considerado oficial, como a TV Asa Branca e TV Jornal, ele afirma possuir o compromisso profissional de passar a notícia de forma ética e não mede esforços para buscar informações, dedicando boa parte do tempo do seu dia para a produção de conteúdo.

Durante as entrevistas, João Henrique contou que sempre deu preferência para contratar pessoas que tivessem a formação em jornalismo, pois elas possuíam a técnica que ele não dominava e teriam muito mais a ensiná-lo. Desta forma, abriu espaço, desde 2017, para que profissionais da área de comunicação estivessem presentes no Caruaru no Face na produção, reportagem e até mesmo no ao vivo. Isso fez com que a página adicionasse mais temas aos conteúdos disponibilizados, principalmente na área policial.

Entretanto, o Caruaru no Face também precisou de profissionais que dominassem a área de vendas e contabilidade para ser feito o controle de gastos e a conquista de novos clientes anunciantes. Além disso, o repórter-amador sentiu a necessidade de ampliar as temáticas exibidas na página e contou com a ajuda de colunistas para trabalharem novos assuntos que não são do seu domínio, como moda, esportes e organização.

João Henrique não se satisfaz em deixar o Caruaru no Face somente no Facebook, ele também criou um Instagram, um canal no Youtube, um site e um aplicativo — os dois últimos registrados como “Espiaqui” — para conquistar públicos que estavam presentes nessas outras redes sociais. Desta maneira, ele passou a criar conteúdos adaptados com as características de cada plataforma. Contudo, neste TCC, o foco de estudo será a primeira rede social utilizada pelo repórter-amador: O Facebook.

Até aqui já deve ter sido possível perceber que João Henrique, mesmo sem ter uma formação acadêmica em jornalismo, conseguiu passar informações sobre acontecimentos de Caruaru e conquistar o público através de uma página no Facebook. Como repórter-amador, ele apresentou algumas características diferentes das que foram apresentadas por Borges (2015).

Quadro 18 - Características do repórter-amador João Henrique

Recebe remuneração;
Dedica o tempo livre e de trabalho para as práticas de fazer notícias;
Possui compromisso profissional;
Tem método de apuração de informação;
Não precisa frequentar nenhum curso universitário para ser repórter-amador;
Vincula essas práticas ao gosto por comunicar, por denunciar e reivindicar melhores condições de vida para as comunidades em que vivem;
Não quer se submeter ao controle editorial da empresa de comunicação para que possa ver publicada a notícia que criticou ou sugeriu.

Fonte: Leticia Souza, 2020.

No relatório da Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Científica (Pibic/CNPq) citado anteriormente, foi elaborado um quadro que mostra os aspectos singulares do repórter-amador João Henrique dentro dos mundos sociais da família original, da comunidade, da escola, do trabalho e do jornalismo. Neles, as disposições sociais para ser um repórter-amador foram acionadas, de forma inconsciente, para que João realizasse ações sociais, culturais, políticas e religiosas, que serviram como mola propulsora da motivação dele para produzir notícia em um canal autoral. Inicialmente, no tempo do lazer. Depois, também, dedicou ao Caruaru no Face o tempo do trabalho. Passou a ganhar a vida com as postagens feitas no Facebook e em seus outros espaços próprios que criou nas redes sociais e no site.

Quadro 19 – Aspectos singulares de João Henrique

Família original	Viveu quase toda a infância na zona rural com a mãe, o pai e o irmão, próximo dos parentes maternos e paternos. As tendências para a ação social, cultural, política e religiosa vieram da mãe, a maior influência para o ato de ajudar o outro e olhar para o coletivo, lema de seu espaço noticioso no Facebook. Na igreja, participou da infância missionária e foi coroinha. O pai não era uma pessoa muito presente, pois sempre viajava a trabalho, mas foi com ele que aprendeu a ter disposição ascética para ganhar a vida. A mãe
------------------	--

	também trabalhava duro, como professora. Aprendeu com eles a ter dedicação total ao trabalho.
Comunidade	Foi estimulado a auxiliar o próximo, especialmente na infância, pois participava, na zona rural, de grupos da igreja que ajudavam as comunidades mais carentes. O que não deixava de ser uma forma de atividade política. Na zona urbana, engajou-se nas ações dos bairros onde mora e vive. A disposição para a ação social o levou para a ação política. Participava de forma voluntária de associações. Nunca ocupou nenhum cargo de direção neles, mas é visto como um líder. Ele é procurado, em função de ser um repórter-amador, para resolver os problemas do coletivo e até os individuais. É popular também em comunidades virtuais nas redes sociais.
Escola	O mundo da escola se transformou para ele quando se mudou para a zona urbana. No sítio, costumava brincar mais. Na cidade, acionou o ascetismo para estudar. Mas como buscava sempre prazer no que queria fazer, gostou da influência de uma professora que o motivou a ler e pesquisar. Quando concluiu o ensino médio, foi se dedicar ao trabalho. Insatisfeito, buscou no sonho de produzir notícia uma saída. Criou um espaço em uma rede social. Isso o impulsionou a voltar a estudar. O mundo da escola fortaleceu suas disposições para as ações social, cultural e política.
Trabalho	Ele iniciou a sua vida no trabalho, atuando nas pequenas fábricas de tecido do Agreste. Começou como limpador de pêlo de roupa e chegou a gerente. Montou o próprio negócio. Mas sem ver perspectiva de futuro, encontrou, no sonho de produzir notícia, a alternativa de ganhar a vida. A travessia não foi fácil, mas foi na comunicação que colocou em prática as disposições para as ações sociais, culturais e políticas. Colocou o ascetismo de dedicação total ao trabalho em prática, mas dentro de um mundo que o faz acionar as disposições hedonistas que tanto buscou ao longo da vida: o da comunicação. De empregado, passou a ser um empreendedor. Tem uma empresa na área de comunicação.
Jornalismo	Começou desde criança a consumir informação por meio do rádio e, também, da televisão. No trabalho, o rádio era a sua companhia. Sempre escutava notícias, de preferência policial e política. Com as redes sociais, passou a consumir informação pelo celular, até mesmo rádio e TV. Interagia com os veículos de comunicação e criou uma página no Face. Depois, ampliou para outras redes, como Instagram e Youtube. O que era diversão passou a ser campo de trabalho. Com o

	negócio, virou empreendedor e empregador ao contratar, por prestação de serviço, outros trabalhadores.
--	--

Fonte: Leticia Souza, 2020.

6.2 CARUARU NO FACE: DECIDINDO O QUE É NOTÍCIA

João Henrique não é formado em jornalismo, mas produz notícia no espaço próprio que criou desde 2012, o Caruaru no Face. Ele começou fazendo postagens de fotografias de Caruaru, vídeos de shows ou replicando postagens de outros sites, chegando a ficar longos períodos sem postar, como explicamos na primeira parte da análise deste trabalho. Entretanto, passou a se dedicar a página em 2016, quando foi cobrir, principalmente, os acontecimentos da cidade e da Região Agreste no campo policial. Será mostrado nesta análise que o repórter-amador passou a noticiar os fatos a partir dos seus próprios critérios de relevância, que iria definir o que era ou não importante para o Caruaru no Face.

De acordo com Lage (1987), a notícia é o relato de uma série de fatos a partir daquele mais importante ou interessante. Para a informação se tornar uma notícia, o critério de noticiabilidade deve ser baseado nos valores-notícia. Wolf (1999) complementa que para os conglomerados da comunicação decidirem o que é notícia, é necessário se perguntar quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes. Para isso, o primeiro aspecto abordado deve ser que os valores funcionam de maneira complementar, com critérios de relevância sobre cada acontecimento. O segundo aspecto é que os valores-notícias são critérios de noticiabilidade estabelecidos durante o processo de seleção e produção da notícia.

Por não frequentar as disciplinas de um curso de jornalismo, João Henrique não domina os critérios de noticiabilidade do campo, como apresentamos na parte teórica. Mas ele coloca filtros próprios para definir as informações que vai alçar à categoria de notícias para o Caruaru no Face, a partir de seus critérios pessoais e de forma intuitiva. Isso porque como repórter-amador, ele consome informação, interage com a grande imprensa e cria um espaço próprio por meio do qual passou a ganhar dinheiro com o trabalho que faz na página, conforme foi aprofundado na parte teórica deste trabalho.

O principal critério de noticiabilidade, para João Henrique, é o que seria de maior relevância para o seu público, formado, segundo o próprio repórter-amador, majoritariamente por homens (66,7%). Essa avaliação, para definir o que é e o que não é notícia para o Caruaru no Face, assemelha-se ao que os editores de telejornais

fazem para decidir o que é mais importante para entrar no jornal, se a pauta vai render matéria, nota ou ao vivo. Uma função definida no jornalismo como gatekeeping, que é o profissional que define o que vai virar ou não notícia, função exercida pelo jornalista que é o editor de um veículo.

Segundo Traquina (2005), a informação é alçada à condição de notícia quando são considerados interessantes ou complementam o contexto de produção de uma outra notícia. De acordo com Vizeu (2008), conforme citado por Borges (2015), a produção da notícia, para o jornalista, passa por um sistema que faz o acontecimento se destacar e entrar na edição de um veículo. Esse sistema passa pela operacionalização de práticas e valores que envolvem a cultura profissional, a organização do trabalho, os processos produtivos, os códigos particulares de uma redação, a língua e a enunciação jornalística.

Já Fontcuberta (1993) esclarece que a notícia é uma forma de ver, perceber e conceber a realidade. Desta maneira, João Henrique a utiliza para construir a realidade a partir do seu olhar, que pode não ser semelhante aos valores do campo do jornalismo. A notícia produzida pelo repórter-amador também tem o seu próprio sistema, pois ele recebe a informação, decide se ela está dentro dos seus critérios de noticiabilidade e define como será feita a produção para divulgar aquele fato. Contudo, João Henrique sempre assistiu reportagens, observou os repórteres e procurou perceber o que aparece e o que não aparece nas matérias. Depois que passou a contratar profissionais formados em jornalismo, o Caruaru no Face começou a se apropriar com mais técnica aos formatos, sem deixar de lado os critérios de notícia, próprios do espaço.

João Henrique deu prioridade em escolher pessoas formadas na área de comunicação para compor a sua equipe, pois acredita que eles realmente saibam a maneira considerada mais correta para fazer notícia, entretanto, apesar de terem conhecimento de mais técnicas que antes não eram utilizadas pelo repórter-amador, os profissionais não seguem totalmente o estilo que é visto nas emissoras de TV para que se mantenha as características próprias do espaço, mas tendo sempre como prioridade a informação passada para o internauta.

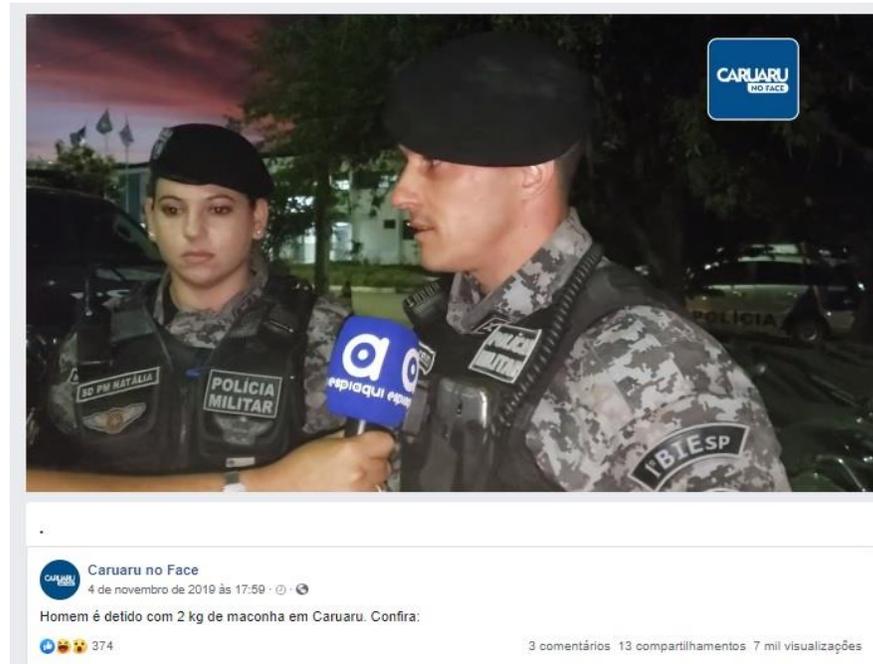
O repórter-amador João Henrique estabelece critérios de noticiabilidade diferentes dos definidos por jornalistas e utiliza as ferramentas disponibilizadas no Facebook. Durante as entrevistas em profundidade, realizadas na Pesquisa de Iniciação Científica, foi observado que o repórter-amador tinha como critério a cautela no momento da publicação das postagens, pensando nas consequências que elas poderiam causar. O seu principal critério de noticiabilidade é analisar os lados do acontecimento antes de divulgar a notícia, procurando observar se vai afetar a vida das pessoas que estão envolvidas na situação.

Um segundo critério utilizado por João Henrique é saber esperar o momento certo para divulgar uma notícia, sem prejudicar o trabalho de outras instituições, como por exemplo da polícia. Segundo o repórter-amador, a pressa das emissoras da TV de “dar um furo” é tamanha e muitas vezes acaba prejudicando o trabalho de outros profissionais, que ficam desapontados em passar a informação e ver ela sendo divulgada antes do processo ser concluído.

Segundo Borges (2015), a internet contribui para que qualquer indivíduo possa produzir notícia com base em seus próprios critérios e avaliação, quebrando o monopólio que anteriormente estava ligado à grande imprensa. Os recursos disponibilizados nas redes sociais facilitaram os repórteres-amadores, que passaram a postar e compartilhar informações que consideravam relevantes para eles. Os gêneros e as características do webjornalismo serão abordados no capítulo seguinte.

Na figura abaixo, observamos a imagem de uma entrevista realizada com dois policiais de um batalhão da cidade de Caruaru, em que o repórter do Caruaru no Face utiliza um microfone personalizado com a marca do site “Espiaqui” para entrevistar as fontes. João Henrique fica responsável por realizar a filmagem e divulgar na rede social.

Figura 1 - Entrevista de dois policiais



Fonte: Facebook Caruaru no Face

O repórter-amador se preocupa com a audiência da página. Tanto que prefere divulgar informações que o seu público gosta de consumir, como notícias da área policial que podem envolver homicídio, tráfico de drogas, furtos e assaltos, como o registro da figura 1 mostrada acima, em que o repórter-amador realizou a gravação de uma entrevista com dois policiais e fez a postou a reportagem no Caruaru no Face. Com esse trabalho, ele também consegue ajudar a polícia a encontrar pessoas que são consideradas suspeitas de algum crime, como mostrado na figura 2, em que foi utilizada uma nota para divulgar informações e exibir a fotografia dos procurados. Ao utilizar o Facebook para divulgar realizar a divulgação da nota, ele consegue que um número maior de seguidores receba a mensagem.

Figura 2 – Suspeitos de roubo



Fonte: Facebook Caruaru no Face

O critério de decisão para saber qual gênero será utilizado na divulgação de uma notícia é simples para o repórter-amador João Henrique. Para ele, a live é utilizada para mostrar a notícia acontecendo. Posteriormente, avalia quais acontecimentos não tem a necessidade de fazer live, baseando-se no assunto e audiência, e decide se a notícia será retratada em uma reportagem, nota ou link multimídia que direcione o internauta para o portal Espiaqui.

Eu entendo que tem milhares de pessoas em casa que quando eu vou dar a informação, eles vão receber a notificação e vão ver. Tem notícias que é o imediatismo, já tem coisas que não precisa fazer, é melhor fazer editado com uma qualidade melhor, com uma edição boa, com várias imagens do que aconteceu e vai ter mais informações do que uma live, já que a qualidade da live não é tão boa. Também acho que se eu ficar fazendo lives, o pessoal vai pensar que por qualquer coisa eu faço uma live e por esse motivo podem acabar desativando a notificação, então eu tento ver o que é prioridade e o que não é. Às vezes não tem todas as informações sobre um fato, mas colocamos na live as primeiras informações e depois monta um vídeo editado, dependendo da situação.” (João Henrique em entrevista para o Projeto de Iniciação Científica “O repórter-amador em Caruaru: um estudo sobre as disposições sociais do cidadão que produz notícia”, 2019)

Para divulgar todas as informações e manter um padrão de credibilidade, o repórter-amador coloca com frequência os depoimentos de autoridades policiais, sem

deixar de lado as vítimas e as testemunhas para, assim, colocar as várias versões do mesmo fato. Essa ação se assemelha aos formatos de reportagens ao vivo, exibidos em emissoras de televisão, como no telejornal, pertencente ao gênero da categoria informação Aronchi de Souza (2004).

Para João Henrique, a notícia é o carro chefe da sua página. Ele realiza a apuração da informação para responder as perguntas: quem? O quê? Onde? Como? Quando? E Por quê?. Ela elabora notícias a partir de setores como o policial, a prestação de serviço, a política e o entretenimento. Segue abaixo um quadro que mostra a quantidade de vezes que cada assunto foi postado durante os dois meses de análise da página:

Quadro 20 – Assuntos das pautas do Caruaru no Face (Nov. e Dez. de 2019)

Assunto	Novembro	Dezembro
Policial	12	13
Prestação de serviço	4	8
Política	5	3
Entretenimento	7	13

Elaboração: Letícia Souza, 2020.

A busca por personagens que façam parte de assuntos cotidianos proporcionou que o Caruaru no Face começasse a investir na produção de reportagens. Nelas, são coletadas sonoras das fontes do acontecimento que será noticiado, além de imagens para realizar a cobertura do fato, como as feitas pelos canais de TV.

6.3 OS GÊNEROS DO JORNALISMO E WEBJORNALISMO: APROPRIAÇÃO E INOVAÇÃO

Para realizar o trabalho do repórter-amador, João Henrique precisou diariamente utilizar os gêneros que se mesclam pelo jornalismo impresso, televisivo e webjornalismo, mesmo que não tenha o conhecimento teórico para utilizá-los. Para entender quais foram esses gêneros, foi feita a análise do Caruaru no Face nos meses de novembro e dezembro de 2019, registrando diariamente tudo o que foi postado pela página neste período. Como forma de organização, as postagens que se configuravam como propagandas e publicidade em geral foram retiradas, sendo catalogadas para uma futura pesquisa que possa vir a ser feita posteriormente em um mestrado.

É importante lembrar que os gêneros jornalísticos foram criados para servir como um guia para os profissionais do campo, conduzindo uma construção textual adequada para a informação se transformar em notícia, adaptada para o espaço que ela será formatada e divulgada. Cada mídia, seja o impresso, a televisão ou o webjornalismo possuem as suas características específicas e os gêneros acompanham essas estratégias narrativas. Os repórteres-amadores se apropriam desses gêneros para divulgar a notícia trazendo a sua visão do fato, mas de forma semelhante ao que é feito pelos jornalistas.

Conforme mostrado no capítulo anterior, João Henrique transforma em notícias os conteúdos policiais, comunitários, de prestação de serviço, políticos e de entretenimento. Cada um desses assuntos é retratado em postagens no Caruaru no Face nas quais ele utiliza as ferramentas dispostas na rede social, com a junção dos gêneros jornalísticos aos do webjornalismo.

João Henrique é um repórter-amador que apura as informações, conversando com as fontes e selecionando os assuntos que devem ser divulgados na página, mas ele não apresenta a sua imagem ao público. Diante da alta demanda de postagens do Caruaru no Face, ele conta com uma equipe que auxilia na apuração dos mais diversos temas, na edição de reportagens e notas e na criação de artes informativas e demais vídeos expostos no Facebook.

Durante a coleta de dados, realizada a partir da observação dos dois últimos meses de 2019, foi possível identificar que o repórter-amador se apropriou dos seguintes gêneros do jornalismo: informativo, sendo mostrado por meio de notícias, notas, entrevistas e reportagens; e opinativo, utilizado no formato de coluna. Por estar em um espaço virtual, João Henrique precisou acompanhar as características do webjornalismo como a hipertextualidade, multimídia e interatividade por meio de links que conduzem o internauta até o site Espiaqui. Nesse espaço colaborativo, usou os gêneros surgidos com a internet, como vídeos, flashes e transmissões ao vivo, conhecidas como lives stream.

Quadro 21 - Gêneros jornalísticos presentes no Caruaru no Face (Nov. e Dez.de 2019)

Gêneros	Novembro (Quantidade)	Dezembro (Quantidade)
Notícia	17	8
Entrevista	13	11
Live	16	7
Nota	0	2
Reportagem	5	4
Coluna	1	1

Elaboração: Letícia Souza, 2020.

De acordo com Marques de Melo (2010), o gênero informativo é composto pela a notícia, entrevista, nota e reportagem. As informações destacadas por esse gênero vão ganhando gradativamente a progressão dos acontecimentos por meio dos formatos. A nota se refere ao relato do fato que está em processo de configuração. A notícia é o relato integral. A reportagem se trata da ampliação do acontecimento. A entrevista é o relato que privilegia um ou mais protagonistas.

O gênero informativo está presente na maioria das postagens do Caruaru no Face, observadas no período de dois meses da análise, em especial a notícia. Conforme retratado por Borges (2015), o conceito de notícia pode ser ampliado e passa a ser um instrumento utilizado para que repórteres-amadores possam escrever o que consideram importantes para eles. Desta forma, João Henrique tem os seus próprios critérios de noticiabilidade, conforme falado no capítulo anterior, e realiza a escolha das informações que serão repassadas para o internauta que acompanha o Caruaru no Face. Essas informações podem vir através de uma live, de uma reportagem mais

elaborada ou de uma postagem somente com texto e imagem. O link se torna um recurso para divulgar o conteúdo, fazendo com que a pessoa seja direcionada ao site, canal do youtube ou outra rede social de João Henrique.

A live é uma ferramenta disponibilizada pelo Facebook que permite ser feita uma transmissão ao vivo. Ela pode acontecer em qualquer lugar e a qualquer momento, além de possibilitar que várias pessoas acompanhem ao mesmo tempo. João utiliza as lives para tratar de assuntos que acabaram de acontecer ou eventos que considera importantes. A live é semelhante ao “ao vivo” que é visto nos telejornais das emissoras de TV, mas com a vantagem de que não precisa esperar o horário do telejornal para que ela aconteça. Elas são exibidas no feed, espaço que apresenta aos usuários uma série de postagens que servem como um convite para que sejam assistidas, além de proporcionar formas de interações para quem acompanha (MOTA; PALACIOS).

Na figura 3, o repórter do Caruaru no Face entra ao vivo em uma Live noticiando um assassinato que havia acabado de acontecer na cidade de Caruaru. No horário que foi transmitido essa Live, os telejornais locais já haviam encerrado.

Figura 3 – Live com detalhes de um assassinato



Fonte: Facebook Caruaru no Face (2019)

A instantaneidade, descrita por BRADSHAW (2014) como característica do webjornalismo, também é bastante presente no Caruaru no Face. Os seguidores da página podem saber de acontecimentos antes de assistirem aos jornais das emissoras da grande imprensa. Na Live mostrada na imagem acima, a equipe de João Henrique realiza uma transmissão do local do fato, trazendo as primeiras informações em um horário que já não tem mais telejornais sendo televisionados. Dessa forma, ele entra com a notícia em primeira mão, trazendo um diferencial próprio da internet: a imagem em tempo real. Enquanto isso, as emissoras locais só exibem a reportagem no dia seguinte.

A notícia também pode vir em outros formatos sem ser Live. João Henrique utiliza a postagem disponibilizada no facebook para informar aos internautas sobre notícias relacionadas à prestação de serviço, como a campanha de vacinação da figura 4. Essas postagens podem vir somente com o texto ou acompanhadas de uma imagem ilustrativa, uma imagem recebida de um internauta ou uma fotografia tirada pelo repórter-amador.

Figura 4 - Notícia sobre segunda etapa da campanha de vacinação.



Fonte: Facebook Caruaru no Face (2019)

Durante as lives e reportagens, João Henrique utiliza, na maioria das vezes, o gênero entrevista para mostrar um ou mais lados da história que está sendo retratada. A presença de um policial, dando detalhes de como aconteceu um crime, mostra que o repórter-amador corre atrás de entrevistas, agendando-as para que o repórter consiga fazer ao vivo. Durante os dois meses de análise, as autoridades policiais apareceram em 14 postagens. Quando não foi possível entrevistar uma fonte oficial, as lives e reportagens eram feitas no local do crime ou na delegacia, com o repórter realizando as narrações do fato pelo o que observou do cenário e pelo o que conseguiu apurar, como mostramos na imagem abaixo.

Figura 5 – Entrevista com policial do 1º Biesp.



Fonte: Facebook Caruaru no Face (2019)

As reportagens também estão presentes no Caruaru no Face. Elas são utilizadas para assuntos que o repórter-amador preferiu não fazer a Live. Segundo Marques de Melo (2003), a reportagem é o relato expandido de um acontecimento que já repercutiu no organismo social, como a realizada na imagem exibida a seguir.

Figura 6 - Reportagem sobre tráfico.



Fonte: Facebook Caruaru no Face (2019)

João Henrique utilizou a entrevista em suas postagens de várias maneiras. É necessário ressaltar que o repórter-amador tem uma equipe por trás para dar auxílio em determinadas funções. Ele idealiza a situação e o repórter põe em prática o que foi idealizado. O gênero entrevista está também no programa “Baião de Dois”, feito pelo Caruaru no Face. Nele, uma pessoa envolvida na política ou figura conhecida de Caruaru é entrevistada por um radialista durante uma live que chega a ter a duração de mais de uma hora.

O uso do formato entrevista, muito empregado no gênero telejornal, tem sido cada vez mais variado. De variedades a humorísticos, passando pela teledramaturgia, quase todos os programas utilizam entrevistas para reforçar assuntos enfocados pelo programa. A entrevista é também um gênero da categoria informação. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 172)

O “Baião de dois” permite que os internautas, que acompanham o Caruaru no Face, enviem perguntas que serão feitas durante o programa. A dinâmica da live permite que tudo seja visto e perguntado em tempo real, promovendo interatividade com o público. A condução dos questionamentos é feita inicialmente pelo entrevistador,

que, em seguida, abre espaço para as perguntas enviadas por quem está acompanhando. Abaixo a imagem do programa:

Figura 7 - Abertura do programa “Baião de Dois”



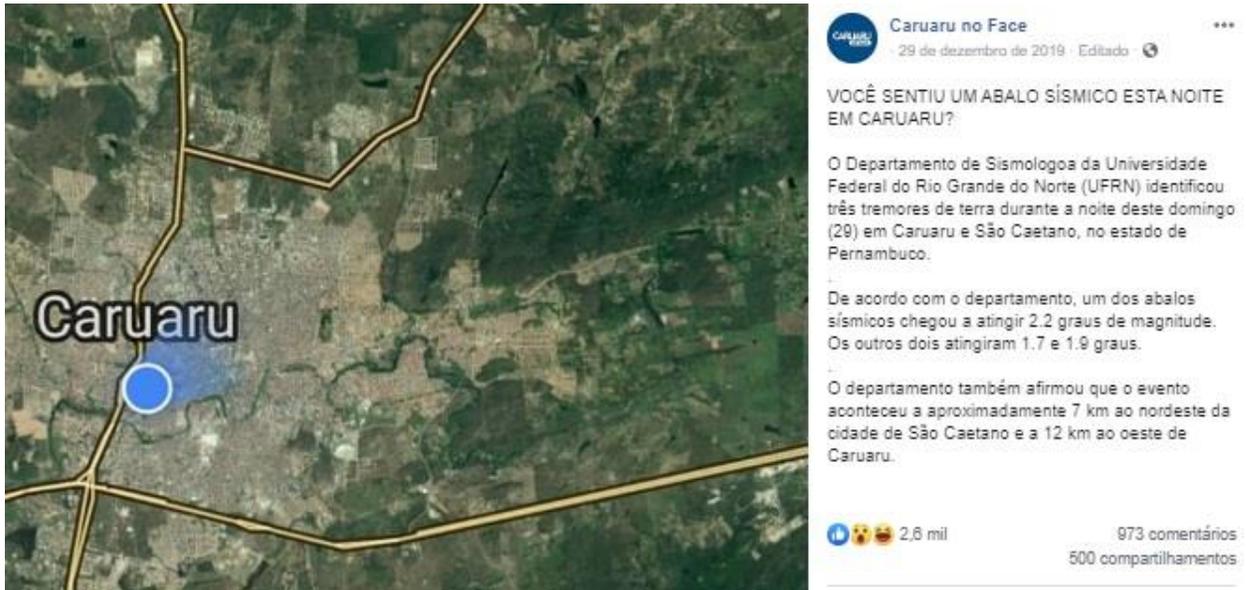
Fonte: Facebook Caruaru no Face (2019)

João Henrique também utiliza a nota para divulgar informações rápidas quando não existe a possibilidade de fazer uma Live ou algo mais elaborado, como uma reportagem. Uma notícia que viria como uma nota em um jornal impresso tem a possibilidade de ganhar uma nova proporção graças às características do webjornalismo. Segundo Ferrari (2008, p. 39), “os elementos que compõem o conteúdo on-line vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa – textos, fotos e gráficos. Pode-se adicionar sequencias de vídeo, áudio e ilustrações animadas”.

Dessa maneira, o Facebook dispõe de ferramentas que possibilitam que o internauta interaja com a postagem. Ele pode apertar no botão para curtir o que foi postado ou reagir para expressar se gostou ou não. Além disso, é possível fazer comentários que possibilita a interação sobre o assunto da postagem. Na imagem

abaixo, a nota sobre o abalo sísmico foi ilustrada com a foto de um mapa que mostra a cidade de Caruaru.

Figura 8 - Nota sobre abalo sísmico em Caruaru.



Fonte: Facebook Caruaru no Face (2019)

As pessoas que o acompanham também são uma grande fonte de informação através da ubiquidade citada por Pavlik (2014), com o aumento do jornalismo cidadão e o surgimento de meios de comunicação, cresce a possibilidade de acessar tudo em qualquer lugar permitindo que o compartilhamento de informações deixe de ser exclusivo dos jornalistas e passe a poder ser feito por qualquer cidadão dotado do mínimo de tecnologia.

Mas não são somente os gêneros informativos que estão presentes no Caruaru no Face. O gênero opinativo também está para expressar a opinião dos jornalistas através de colunas. De acordo com José Marques de Melo (2009), a coluna é um mosaico estruturado por unidades curtíssimas de informação e de opinião, caracterizando-se pela agilidade e pela abrangência. No Caruaru no Face, a coluna é voltada para a temática de organização com o texto elaborado por um jornalista ou especialista da área. Abaixo, uma coluna com notas sobre dicas para viajar.

Figura 9 - Coluna sobre mala de viagem.

Caruaru no Face
27 de dezembro de 2019

Você já pensou em tornar sua viagem mais prazerosa e prática? Com uma mala inteligente você irá conseguir ser mais ágil e curtir com praticidade.

1. Pense o motivo da sua viagem: Analisar os locais e meios de transportes. Isso irá envolver tudo na hora de montar as composições.
2. Previsão do Tempo: independente do clima, sempre leve um conjunto de peças do clima diferente. Tudo pode mudar.
3. Não faça a mala de última hora: Tome tempo para experimentar as peças, tente opções de novas combinações e ter certeza do que vale apenas levar.
4. Crie seu checklist: Faça uma lista com tudo que você precisa levar.
5. Leve 03 pares de sapatos: Separe primeiro os sapatos depois de analisar motivo, cultura e programação. Sempre colocar sapatos que possam ser usados de forma confortável. Evitar levar sapatos nunca usados. Sempre levar uma rasteira.
6. Planeje a mala pensando em repetir as peças: depois de selecionar os sapatos, selecione as partes inferiores das roupas (saias, shorts e calças). A cada parte de baixo, levar 02 superior (camisas).
7. Acessórios: pode caprichar, eles irão fazer toda diferença na hora de repetir as peças.

Agora planejem as malas e me contem o que acharam das dicas.

Acesse o nosso portal de notícias Espiaqui (www.espiaqui.com.br) e baixe o nosso aplicativo.
#caruarunoface #noticias #caruarueregiao

MALA INTELIGENTE PARA CURTIR AS FÉRIAS



VOCÊ SABE COMO SER PRÁTICA NA HORA DE MONTAR UMA MALA?

JOANA QUARIGUASI

Fonte: Facebook Caruaru no Face (2019)

Os gêneros da categoria entretenimento também estão no Caruaru no Face. Conforme João relatou em uma de suas entrevistas, no período junino ele realiza a transmissão de shows do São João de Caruaru para entreter os seus internautas. Nos outros meses do ano, o gênero musical surge esporadicamente com transmissões de

apresentações que ele acredita ser de relevância. É importante ressaltar que nas apresentações, realizadas em locais privados, os promotores fazem parceria ou patrocínio com o repórter-amador para que ele realize a transmissão no Facebook, como podemos ver na figura 10.

Figura 10 - Live de apresentação de dança.



Fonte: Facebook Caruaru no Face (2019)

O vídeo é um recurso, utilizado pelo webjornalismo, para que sejam divulgadas as reportagens no feed do Caruaru no Face, conforme mostrado na figura 1, na página 57. De acordo com Canavilhas (2001), esse recurso é apropriado para trazer declarações que são convenientes para o assunto que está sendo tratado na reportagem, assim como facilitar a descrição de um fato. As matérias publicadas por João Henrique não são de grande duração e seguem o padrão feito pelos jornalistas de emissoras de TV, seguindo a modelo: entrevistados, passagem (quando o repórter

aparece no vídeo) e imagens utilizadas para cobrir o vídeo enquanto o repórter narra o seu texto. No caso aqui, o repórter-amador do Caruaru no Face.

Em cada postagem, realizada por João Henrique no seu espaço virtual, foi observado a apropriação de gêneros do jornalismo, além do uso de ferramentas próprias do Facebook. O gênero informativo é o mais utilizado pelo repórter-amador, com a nota, notícia, entrevista e reportagem que retratam diversos temas abordados no Caruaru no Face, em especial os da área policial. O opinativo foi visto em forma de coluna e o de entretenimento usado para tratar de temas que não considerados factuais pelo repórter-amador.

Os gêneros do webjornalismo estão presentes nas publicações como o paratexto, link, vídeo, live stream, áudios, imagens e flashes que facilitam a interação com quem acompanha o Caruaru no Face. É importante destacar que esses gêneros são utilizados para transmitir as informações passadas por meio de adaptações dos gêneros do jornalismo impresso e da TV.

7 CONCLUSÃO

Neste trabalho, foram analisados os mundos sociais de João Henrique que o levaram a se tornar um repórter-amador. Durante as entrevistas realizadas com ele no período da pesquisa de iniciação científica, ele contou sobre a sua vida nos mundos da família original, da comunidade, da escola, do trabalho e do jornalismo. Neles, o repórter-amador foi acionando, de forma inconsciente, as disposições sociais para as ações culturais, políticas, sociais e religiosas. Essas disposições foram o impulso para fazer com que João Henrique se sentisse motivado a produzir notícia no Caruaru no Face e transformar o exercício de ser repórter-amador, o que inicialmente acontecia no tempo do lazer, em uma profissão de tempo integral.

Conforme relatado na análise, João Henrique foi um jovem que passou a infância na zona rural de Caruaru. No círculo familiar, aprendeu com os pais a ter a dedicação total ao trabalho e adquiriu o hábito de ouvir a rádio. No mundo da comunidade, desenvolveu sua disposição social em ajudar o próximo a partir do momento em que se envolveu em grupos da igreja para ajudar o próximo. Ao fazer a mudança para a zona urbana, permaneceu engajado em contribuir com a população nas situações que estavam ao seu alcance e, posteriormente, com a ajuda das redes sociais.

O mundo da escola fortaleceu as disposições voltadas para as ações sociais, culturais e políticas, desenvolvendo o seu hábito de questionar e pesquisar sobre os fatos. No trabalho, iniciou a juventude se dedicando aos fabricos, chegando até a montar o seu próprio negócio na área. Sem perspectiva no ramo da costura e mesmo não sabendo se iria dar certo, arriscou fazer do hobby de produzir notícia o seu próprio trabalho e passou a se dedicar em tempo integral ao Caruaru no Face.

As disposições sociais voltadas para o jornalismo estiveram presentes desde a infância, quando João Henrique adquiriu com os pais o hábito de consumir informação através do rádio, especialmente as que eram voltadas para área policial e de política. No período em que trabalhou nos fabricos, a rádio AM era a sua companhia, fazendo com ele se diferenciasse dos demais colegas de trabalho que preferiam apenas ouvir músicas. Chegou a interagir com veículos de comunicação, mas em alguns momentos se sentiu frustrado por perceber que a notícia não era passada em tempo real. Esse

motivo foi um dos que incentivou João Henrique a se dedicar mais ao Caruaru no Face e o transformar a página em seu negócio.

Apesar das mudanças visuais e na forma de apresentar o conteúdo, a sua página passou por momentos de descobertas e ampliações quando percebeu que poderia conquistar públicos que estavam em outras redes sociais, como o Instagram e YouTube, expandido o conteúdo do Caruaru no Face para outras mídias, como portal e aplicativo, e adaptando a forma de transmitir as informações para o público de acordo com cada plataforma. Para administrar todas essas redes, foi necessário que João Henrique investisse no seu lado empreendedor e passasse a empregar, por meio de prestação de serviço, outros trabalhadores formados em áreas como comunicação, publicidade, design e contabilidade.

Após compreender como João Henrique da Silva conseguiu construir, de forma inconsciente, o esquema disposicional que o levou a querer ser um repórter-amador, deu início a segunda etapa do trabalho. Nele, buscou-se entender o que ele define como notícia, considerando os critérios de noticiabilidade, e quais os gêneros do jornalismo ele se apropriava intuitivamente por não ter formação acadêmica. Foi observado, na coleta de dados, que João Henrique se apropriou dos gêneros do jornalismo impresso, televisivo e do webjornalismo, mesmo não tendo o conhecimento teórico para utilizá-los. Ele adapta os gêneros jornalísticos às características presentes no webjornalismo.

Na análise da página Caruaru no Face, feita nos meses de novembro e dezembro de 2019, foi identificado a apropriação dos gêneros do jornalismo informativo, utilizado em notas, entrevistas, notícias e reportagens; e opinativo, no formato coluna, além do entretenimento com apresentações. Dos gêneros do webjornalismo, o repórter-amador utilizou o paratexto, link, vídeo, live stream, áudios, imagens e flashes. Para trazer a informação, João Henrique realiza a junção dos gêneros jornalísticos já conhecidos na TV e no impresso e os trazem para o ambiente digital, utilizando os gêneros disponíveis no ambiente do webjornalismo.

Estar no meio virtual permitiu que João Henrique utilizasse os gêneros da web como vídeo, flashes e transmissões ao vivo conhecidas nas redes sociais como lives, que possibilitou que ele se adiantasse na informação, dando ela em primeira mão,

enquanto os veículos tradicionais de comunicação da cidade que possuem emissoras de TV precisavam esperar até o momento do noticiário. As lives são utilizadas por ele para tratar de assuntos que acabarão de acontecer ou eventos considerados importantes.

Durante a análise da página feita diariamente durante novembro e dezembro de 2019, foi possível observar que a temática de ocorrências policiais esteve presente em 14 postagens feitas por João Henrique no Caruaru no Face, em que muitas delas utilizou a entrevista e a live para anunciar a notícia. Esses posts são exemplos claros de como ele se apropria de um gênero informativo e o adequa a um gênero do webjornalismo disponível na rede social Facebook.

Assim como os conglomerados da comunicação, João Henrique também utiliza os critérios de noticiabilidade para definir o que será pauta em seu espaço virtual. Conforme detalhado na análise, o repórter-amador aplica os conceitos de notícia e valores-notícia para nortear o que será divulgado em sua página, se baseando no impacto positivo ou negativo que a divulgação do fato pode causar na vida de pequenos e grandes grupos, e no momento certo para publicar a informação sem causar prejuízo as suas fontes.

João Henrique é um repórter-amador que conseguiu transformar o seu espaço na internet em algo muito maior do que ele próprio esperava. O Caruaru no Face se transformou em uma marca de veículo de comunicação que é acompanhado por mais de 350 mil pessoas. O que iniciou no Facebook, foi expandido para outras redes sociais como o Instagram, o Youtube e o site Espiaquí, fazendo com que ele precisasse profissionalizar os seus espaços com a contratação de profissionais formados no mercado.

João Henrique também foi uma inspiração para outros repórteres-amadores da Região Agreste, que começaram a realizar um trabalho semelhante ao dele. Esta pesquisa contribuiu para que fosse registrado não somente as motivações disposicionais que o levaram a se tornar repórter-amador ou os gêneros do jornalismo e webjornalismo utilizados por ele, mas deixa também a história de um personagem que contribuiu para mudar o cenário da comunicação da cidade de Caruaru.

Os resultados obtidos nesta monografia é apenas uma pequena porcentagem de tudo o que é possível observar, como por exemplo, durante a análise também foi visto que João Henrique passou a utilizar recursos da propaganda para financiar seus projetos e fazer do Caruaru no Face o seu trabalho integral, empregando outras pessoas diretamente e indiretamente. A maneira de trabalhar a publicidade de diversos patrocinadores da página e inseri-las nas postagens rende uma nova temática que será trabalhada em um futuro mestrado.

REFERÊNCIAS

- ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.
- BARBOSA, Suzana. **Bases de dados e Webjornalismo: em busca de novos conceitos**. In: Mesa Novas Tecnologias/Novas Linguagens do 4o Congresso da Sopcom. Universidade de Aveiro, Santiago – PT. 20 e 21 de outubro de 2005. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-bases-de-dados-webjornalismo.pdf> Acesso em: 26 de nov 2019.
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulina, 2003.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BOURDIEU, P. **A economia nas trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
- BORGES, Sheila. **O repórter-amador: Uma análise das disposições sociais motivadoras das práticas jornalísticas do cidadão comum**. Recife: Cepe. 2015.
- BORGES, S; MORAES, F. **Os fenômenos do “jornalismo cidadão” e da não-notícia no jornalismo contemporâneo**. 2017. Intercom. XIX Congresso de Ciências da comunicação na região Nordeste – Fortaleza – CE – 29/06 a 01/07/2017.
- BRADSHAW, P. **Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição**. In: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo 7 características que marcam a diferença**. Portugal: Labcom, 2014.
- FELIPE, E. **Projeto Conexões: Os impactos das novas mídias na comunicação**. Recife: Ed. UFPE, 2019.
- CANAVILHAS, João M. **Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web**. 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/esp/autor.php?codautor=6021>
- CARVALHO, Tatiane E. M; GURGEL, E.A; **Gêneros jornalísticos no ciberespaço: estudo sobre os portais UOL e G1**. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0847-1.pdf>. Acesso em: 28 de nov de 2019.

Caruaru no face. Facebook. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/CaruaruNoFace/>

COSTA, L, A, D; **Gêneros jornalísticos**. In: MARQUES DE MELO, J; ASSIS, F.D (Orgs). **Gêneros Jornalísticos do Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

Exame. **Publicidade corporativa.** Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/62-da-populacao-brasileira-esta-ativa-nas-redes-sociais/>. Acesso em 30 de set de 2019.

FALCÃO, B M; TEMER, A,C,R,P; **O podcast como gênero jornalístico**. 2019. Intercom. 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Belém - PA – 2 a 7/09/2019

FERRARI, Polyana. **Jornalismo Digital**. 3.ed., 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2008.

FERREIRA, J.X; NEVEZ, L.H. **A utilização das redes sociais: um estudo de caso sobre o Facebook como estratégia de marketing no banco Bradesco S.A.**

Disponível em: http://facos.edu.br/publicacoes/revistas/gestao_premium/dezembro_2013/pdf/a_utilizacao_das_redes_sociais_-_um_estudo_de_caso_sobre_o_facebook_como_estrategia_de_marketing_no_banco_bradesco_s.a.pdf. Acesso em 16 set. 2019.

FREIRE, E.P.A; **Potenciais cooperativos do podcast escolar por uma perspectiva freinetiana**. Revista Brasileira de Educação v. 20 n. 63 out.-dez. 2015

FRANÇA, D.S; FELIX, J, S; SILVA, I, D, S; **A netnografia como caminho para mapear públicos em relações públicas**. Universidade Federal da Paraíba. 2016.

GUERRA, Josenildo Luiz. **O percurso interpretativo na produção da notícia**. São Cristovão

: Editora UFS; Aracajú: Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.

- KOZINETS, Robert V. **Netnografia: a arma secreta dos profissionais de Marketing**. 2010. Disponível em: http://kozinets.net/wp-content/uploads/2010/11/netnografia_portugues.pdf. Acesso em 26 de dez. 2019.
- LAGE, N. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Editora Ática, 1987.
- LAHIRE, B. **A cultura dos indivíduos**. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- LAHIRE, B. **O homem plural**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- LAHIRE, B. **Por uma sociologia disposicionalista e contextualista da ação**. In: JUNQUEIRA, L.(org). **Cultura e classes sociais na perspectiva disposicionalista**. Recife: Editora Universitária da UFPE, 2010.
- LAHIRE, Bernand. **Retratos sociológicos: disposições e variações individuais**. Porto Alegre: Artmed, 2004.
- MARQUES DE MELO, José; DE ASSIS, Francisco. **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.
- MARQUES DE MELO, J; ASSIS, F, D. **Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório**. Intercom – RBCC. São Paulo. 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0039.pdf>. Acesso em 20 de novembro de 2019.
- MELO, P.B. **Polêmicas no jornalismo no século XXI, discussões a partir da revista Carta Capital**. Revista eletrônica Contemporânea, (Comunicação e Cultura). Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/> Vol. 09, nº 2, agosto de 2011, p.115-135. Acesso em: 17 de out 2019
- MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. UFBA. 2003.
- MIELNICZUK, Luciana. MARQUES, Iuri Lamel. **Sistemas publicadores para webjornalismo: Mapalink, um protótipo para produtos da terceira geração**. In: PALACIOS, MACHADO, E. O ensino do jornalismo em rede de alta velocidade. 1º ed. Salvador: Edufba, 2007, v.
- MIRANDA, J.M.G de M. **El periodismo em el siglo XXI: una profesión em crisis ante la digitalización**. Madrid: Ediroea Dykison, SL, 2008.
- MORETZSOHN, S. **Pensando contra os fatos. Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

MOTA, Alexandre; PALACIOS, Marco. **FACEBOOK LIVE, SENSIBILIDADE E COMPETÊNCIA JORNALÍSTICA: uma narrativa atravessada por likes e mudanças na cultura profissional**. Congresso Internacional sobre Culturas. 2018

PAVLIK, John. **Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era digital**. CANAVILHAS (Org). Webjornalismo 7 características que marcam a diferença. Portugal: Labcom, 2014.

PEREIRA JUNIOR, A.E.V. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. 4º ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

PEREIRA, CLARISSA JOSGRILBERG. **Jornalismo e novas tecnologias: estudo de gêneros e formatos nos principais sites jornalísticos brasileiros**. Tese (Doutorado Comunicação Social). Diretoria de Pós-graduação e pesquisa da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura)

REGES, T.L.R; **Características e gerações do Webjornalismo: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais**. Faculdade São Francisco de Barreiras – FASB, 2011. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thiara-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf>. Acesso em: 29 novembro de 2019.

RÊGO, A.R; AMPHILO, M, I; Gênero Opinativo In: MARQUES DE MELO, J; ASSIS, F.D (Orgs). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

SILVA, Fernando Firmino da; **Jornalismo live streaming: tempo real, mobilidade e espaço urbano**. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Universidade Metodista de São Paulo. 2008. Disponível em: <https://docplayer.com.br/672532-Jornalismo-live-streaming-tempo-real-mobilidade-e-espaco-urbano.html>. Acesso em: 22 de junho de 2020.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. Estudos em Jornalismo e Mídia Vol.II Nº 1 - 1º Semestre de 2005.

SBARAI, R. S. A. **Minha notícia, IReport e OhmyNews: modelos de cooperação ou colaboração no jornalismo digital?** IN: LIMA JUNIOR, W. T. (org.). Comunicação,

tecnologia e cultura de rede. São Paulo: Momento Editorial, 2011, p. 12-39. Disponível em: <<http://www.livroteccred.blogspot.com>> Último acesso em 15 de outubro de 2019.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, 2º edição, 2005.

TRESCA, L.C. **Gênero Informativo no Jornalismo Impresso - O estado da arte no Brasil.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação V Congresso Nacional de História da Mídia – São Paulo – 31 maio a 02 de junho de 2007.

TRESCA, L.C; **Gênero Informativo.** In: MARQUES DE MELO, J; ASSIS, F.D (Orgs). Gêneros Jornalísticos do Brasil. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010. p. 85-94

VAZ, T.C. V; **Gênero Utilitário.** In: MARQUES DE MELO, J; ASSIS, F.D (Orgs). Gêneros Jornalísticos do Brasil. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Lisboa. Editora Presença, 1999. Disponível em: <https://midiaeduca.wordpress.com/2017/02/13/livro-para-download-teorias-da-comunicacao/>. Acesso em: 25 de fevereiro de 2020.