

A identidade jornalística da agência *Pública* na discussão sobre o jornalismo contemporâneo¹

Cláudio CORAÇÃO²

Lilian Juliana MARTINS³

Universidade Federal de Ouro Preto, MG

Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

Resumo

A agência *Pública* é colocada sob investigação teórica quanto à sua identidade. O agendamento de pautas sociais de interesse público de *Pública* é compartilhado com a discussão sobre o fazer jornalístico. Ao analisar a reportagem *Os boias-frias do futebol* e outras produções de *Pública*, pretende-se observar, sob os aspectos retóricos-discursivos e funcionais, em que medida a proposta da agência de reportagens dialoga com questões fundamentais para a tentativa de entendimento do jornalismo contemporâneo.

Palavras-chave

Jornalismo; identidade; *Pública*; independência.

Um dos trunfos da atividade jornalística é a retórica. Ela é utilizada tanto como instrumento de comprovação de determinada realidade quanto instância discursiva. É interessante notar como *Pública – Agência de reportagem e jornalismo investigativo* (www.apublica.org), dirigida pelas jornalistas Natália Viana e Marina Amaral, desenvolve a representação do mundo em torno da retórica discursiva, ao discutir a própria manifestação jornalística, em meio ao agendamento de *pautas sociais agudas*. A transformação da realidade pelo prisma da reportagem é o mote primeiro da agência. O próprio nome sugere uma identidade, evidentemente: sua importância pública em meio a um turbilhão de interesses da sociedade civil.

Segundo definição da própria agência *Pública*, sua missão é a produção de reportagens "*pautadas pelo interesse público sobre as grandes questões do país do ponto*

¹ Trabalho apresentado no GP Teoria do Jornalismo, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Cláudio Coração é professor adjunto no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP. É doutor em Comunicação: Meios e processos audiovisuais pela ECA/USP, email: claudiocoracao@ig.com.br.

³ Lilian Juliana Martins é doutoranda do programa de Comunicação Midiática da Universidade Estadual Paulista - UNESP - Bauru, email: lilian.juliana@gmail.com.

*de vista da população – visando ao fortalecimento do direito à informação, à qualificação do debate democrático e à promoção dos direitos humanos*⁴”.

Sob a licença de *creative commons*, a agência incentiva a livre circulação de suas reportagens. Na seção "Republique" do site, *Pública* coloca em evidência seu ideal em ser relevante para o debate democrático. Desde que com os devidos créditos, todas as reportagens podem ser replicadas por mídias interessadas. Na lista de "Replicadores" destacada pela agência estão mais de 50 sites e blogs de notícias - do *Blog do Sakamoto* ao *UOL Esportes* - que, costumeiramente, levam adiante as reportagens de *Pública*.

As variadas impressões sobre a noção de *interesse público* colocam o jornalismo praticado em *Pública* em uma desenvoltura dialética a respeito da transmissão do conhecimento. Com isso, a informação se adequaria ao princípio da reportagem, já que é pela investigação social de contato com “personagens sociais” que se desenharia uma proposta jornalística engajada, comprometida e tecnicamente justificada.

No seu projeto de jornalismo, *Pública* propõe: “*Todas as nossas reportagens são feitas com base na rigorosa apuração dos fatos e têm como princípio a defesa intransigente dos direitos humanos. Nossos principais eixos investigativos são: os preparativos para a Copa do Mundo de 2014; megainvestimentos na Amazônia; e a ditadura militar*”⁵.

Esses princípios de cunho editorial movem a questão identitária de *Pública*. É pertinente dizer que tal premissa se entrosa no debate sobre a contemporaneidade, com seus pontos de fragmentação e de orientações diversas. Portanto, o jornalismo preconizado em *Pública* se distancia da já antiga percepção de um jornalismo higienizado pelo *slogan* “formador de opinião pública”. Pelo que pretende, *Pública* não parece querer formar a opinião pública, mas fazer parte do debate da esfera pública.

Assim, a “cobertura” da Copa do Mundo de 2014, no Brasil, dirige-se com mais intensidade a outra percepção social: a evidenciação do lado obscuro de certo agendamento. Com uma espécie de manifesto anticonvencional de angulação, o que se mostra é um jornalismo que prevê, desde a confecção da pauta até a edição, a configuração de um atributo público, embasado, evidentemente, pela robustez retórico-discursiva de resistência. O conhecimento do mundo é posto no esteio do trabalho de apuração, pelas proposições de *Pública*. E é, aí, que uma questão se origina: como apreender certa realidade a partir de atores sociais em conflito de interesses?

⁴ Disponível em <<http://apublica.org/quem-somos/#sobre>>. Acesso em: 05 jul. 2014.

⁵ Idem.

A resposta a essa questão talvez seja de difícil e complexa orientação. No entanto, encontra-se implicada numa outra acepção: a identidade jornalística de *Pública* é um mote de aspecto discursivo, como dissemos, mas também sintoma do tratamento da *atualidade de mundo*: seja na reelaboração histórica sobre o período ditatorial brasileiro, seja nas agruras presentes de um evento esportivo de escala mundial. A Copa do Mundo de 2014 passa a ter, portanto, outras configurações. Na reportagem *Os boias-frias do futebol*, assinada por Ciro Barros, publicada em 2 de dezembro de 2013, estabelece-se a relação entre três clubes pequenos de futebol e seus jogadores “marginais” em relação à imponente da Copa do Mundo. Eis um contraste que afere um diagnóstico de desconstrução: da cobertura mediática, festiva e idílica em torno do futebol.

Um impasse se desenha, entretanto. A percepção de “problemas” de ordem política e social é demonstrada, aparentemente, como antagônica ao fato bruto mais domesticado, criando uma espécie de desassossego. Isto é, *Pública* vislumbra o jornalismo na dinâmica de desconstrução de aparências. Para Fernanda Lima Lopes (2013), as identidades jornalísticas são engendradas em seus aspectos gnoseológicos (relacionados à consciência do que se pretende ser), retórico-discursivos-discursivos e funcionais. Há, a partir do entendimento das três categorias de Lopes, um direcionamento de *Pública* a uma disposição de enfrentamento. Não só no seu sentido semântico, mas equalizando questões fundamentadas na própria edição jornalística: o fotojornalismo estilizado (como ocorre em *Os boias-frias do futebol*), a fragmentação espaço-temporal evidenciada no tom narrativo-descritivo, as implicações e desdobramentos do jornalismo investigativo por meio do compartilhamento do texto nas redes sociais.

Para Lopes, a base discursiva se materializa na autorreferencialidade:

É preciso perceber o jornalismo (...) a partir do contínuo esforço de sua retórica autorreferencial. Se, por um lado, ele aponta para o mundo e, eventualmente, produz e reproduz algum grau de conhecimento (...) sobre a realidade; por outro, ele insistentemente indica a si mesmo (LOPES, 2013, p.42).

Pública se adéqua a um propósito autorreferencial quando empreende a pulsão das ruas, os personagens diversos, a reconstrução da memória do país, os costumes sociais com seu fio condutor combativo. Há, nisso, uma tentativa de se aplicar ao jornalismo uma atitude de contato íntimo com a realidade. Em os *Os boias-frias do futebol*, a escolha pela descrição do espaço onde está a reportagem não é isenta da estratégia autorreferencial

reveladora de uma postura questionadora sobre a edição jornalística da cobertura esportiva tradicional:

Terça-feira de manhã, céu nublado, aquele “chove-não-chove” no ar. A reportagem da *Pública* está em Mauá, município da Grande São Paulo, para acompanhar um jogo de futebol sem torcida, estrelado pelo Grêmio Esportivo Mauaense, da Segunda Divisão do Campeonato Paulista, abaixo da Série A3 (...). Ali não há fotógrafos, jornalistas, símbolos das federações, placas de publicidade. Ninguém está nas arquibancadas para vibrar pelas jogadas no campo deteriorado, cheio de entulho⁶ (AFIUNE e BARROS, 2013).

O fato de *Pública* dar espaço a atores deslocados dos quadros de hegemonia (em *Os boias-frias do futebol*, o universo miúdo do futebol) explicita essa conduta. Antônio Fausto Neto (2007), em seu artigo "Enunciação, autorreferencialidade e incompletude", sugere que desdobramentos de leituras só são possíveis de acordo com a forma com que o jornalista opera a linguagem, como instância para prática discursiva. Eloísa Klein (2013) dialoga com Antônio Fausto Neto e assinala de que forma a autorreferencialidade contribui para ampliar as leituras possíveis a partir de uma única pauta:

Entendemos que, ao tratar do que "se fez para fazer", os textos midiáticos terminam por fazer outras coisas e exploram a redação contínua com as características contextuais de tempo, sociedade, instituição, com as implicações técnicas e materiais e com as pessoas com as quais interage (KLEIN, 2013, p.2).

Considerando esse aspecto, percebe-se que, ao descrever o espaço-tempo em que se encontra em *Os boias-frias do futebol*, a reportagem de *Pública* assinala sua postura em se colocar na contramão da pauta costumeira. A autorreferencialidade é usada como um amplificador de sentidos do texto e sugere, nesse caso, a postura identitária de *Pública* como contestadora do agendamento jornalístico.

Espaço para a interação e a participação democrática

A identidade discursiva categorizada por Lopes é mais do que incômoda, em *Pública*, porque se arrumaria a uma dinâmica *pós-moderna* de ação social. Lopes localiza

⁶ Disponível em < <http://apublica.org/2013/12/os-boias-frias-futebol/>>. Acesso em: 16 jun. 2014.

esse desarranjo das identidades globais, quando dialoga com autores como Bauman e Stuart Hall.

A partir das experiências observadas na agência e o do desenho das identidades (LOPES), o jornalismo seria peça fundamental nos processo de mediações sociais. E a mediação tratada em *Pública* ganha outro significado identitário, nesse contexto: a utilização da plataforma digital como espaço de acirramento de pautas, angulações e criação de possibilidades de interação e participação democrática. Seja ela vinda de jornalistas, seja ela criada no anseio de uma discussão pública ordenada pelo princípio de arena política virtual. Assim, as disposições de um “jornalismo digital” se ancoram a uma materialização de libelo, tendo a atividade jornalística como instrumento de ação.

Por isso, *Pública* se torna envolvente ao propor um debate sobre a crise, a instabilidade e a renovação jornalística contemporânea, já que abre espaço à prática da reportagem, como lastro de uma configuração idealizada. Ou seja, a reportagem se torna o meio para o debate sobre as dinâmicas do próprio jornalismo e sobre as questões envolvidas no contato com a realidade nacional. Os exemplos em torno do tema “Copa do Mundo” ilustram isso.

Em uma das páginas do site dedicada ao assunto, "A Copa é do Povo", a agência conta que, no momento em que se deu seu envolvimento com a questão, pouco, ou quase nada, era falado sobre um assunto de incontestável interesse público:

Em outubro de 2011, começamos a cobrir uma história que não estava sendo contada: a das comunidades afetadas pelos primeiros passos das obras da Copa do Mundo.

Faltavam ainda 30 meses para o apito inicial, e esses temas não apareciam nos jornais nem na TV que, mesmo nas reportagens que iam além do esporte e da festa, concentravam-se apenas nos prazos e custos das obras (...)

Foi assim que nasceu o Blog Copa Pública, uma experiência de jornalismo cidadão.

Enquanto as fontes oficiais se mostravam relutantes em discutir os rumos da Copa, comitês populares se organizavam nas 12 cidades-sede para documentar, analisar e resistir às ameaças que pessoas e comunidades estavam sofrendo em nome da Copa. Era preciso ouvi-los.⁷ (PÚBLICA, 2014)

⁷ Disponível em: < <http://apublica.org/a-copa-e-do-povo/>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

Autorreferenciado como "jornalismo cidadão", o trabalho de *Pública* em pautar a discussão sobre o destino das famílias removidas para dar lugar às construções da Copa repercutiu nas plataformas digitais e, seguindo impressões da própria agência, colaborou para a organização e participação popular nos debates sobre o mundial.

O modelo de jornalismo em *Pública*

O caráter denunciativo de *Pública* é respaldado por um modelo de jornalismo sem fins lucrativos que preconiza a independência na produção de suas pautas. Para que esse modelo se sustente, a *Pública* tem como financiadores fundações que promovem a democracia e a redução da pobreza. A Fundação Ford, um dos "mecenases" da agência, financia a *Pública* dentro de seu programa de Direito e Acesso à Mídia.

Além das instituições filantrópicas, o modelo de jornalismo adotado por *Pública* é viabilizado por doações e por projetos de *crowdfunding*. Na seção "Quem somos" do site, aparecem o nome de centenas de pessoas que fizeram seus donativos para possibilitar a produção das reportagens.

As estratégias para sustentabilidade do modelo de *Pública* parecem apontar para caminhos fecundos de um jornalismo que se pretende independente em tempos de crise. Pedro Burgos, em seu artigo "O que podemos fazer para salvar o jornalismo"⁸, apresenta a decadência da grande mídia como consequência da falência de um modelo comercial, mas não do jornalismo.

Não há esperanças no atual modelo de jornalismo. A afirmação é do fundador da Free Press, Robert McChesney, citado por Burgos. As empresas de jornalismo não podem mais contar com as verbas publicitárias de outros tempos. Os anunciantes de outrora agora se diluem nos espaços de conteúdos da internet. Qual seria o caminho então?

A solução para o problema de gerar jornalismo suficiente começa com o reconhecimento de que ele é um bem público. Jornalismo é algo que a sociedade requer mas que o mercado não consegue gerar em quantidade ou qualidade suficientes. O mercado não é capaz de solucionar o problema, não importa quão fantásticas sejam as tecnologias. (MCCHESENEY, 2014).

⁸ Disponível em < <http://www.oene.com.br/reinventando-o-jornalismo/>>. Acesso em: 21 jun. 2014.

Entendido como bem público, o jornalismo em *Pública* combina caminhos de arrecadação possíveis para produzir suas reportagens com a independência necessária.

Ramonet (2013) nos chama a atenção também para certa crise de mediação dos veículos tradicionais jornalísticos em anteposição ao novo papel exercido pelas mídias digitais, associado a uma formação profissional mais “autônoma”:

Também estamos diante de uma ocasião excepcional para a nova geração de jornalistas. Primeiro, porque os jornalistas nunca tiveram uma formação tão boa como a de agora, haja vista que por muito tempo os profissionais se formaram de maneira selvagem, como autodidatas. Hoje, os jornalistas e comunicadores frequentam as universidades. As gerações dos últimos quinze ou vinte anos têm a melhor formação da história do jornalismo. Segundo, as ferramentas tecnológicas permitem que um grupo de jovens jornalistas seja capaz de se organizar com poucos recursos, podendo, assim, criar novos veículos de comunicação, jornais etc. (RAMONET, 2013, p.90).

Mais do que evidenciar um quadro geral ou um diagnóstico de conflito, o que Ramonet chama a atenção é que a atividade jornalística deve estar direcionada aos afetos e à emancipação profissional.

Serrano (2013), em sintonia com os apontamentos de Ramonet, acrescenta outras crises do jornalismo contemporâneo: crise de mediação, crise de credibilidade, crise de objetividade, crise de autoridade, crise de informação, crise de distribuição.

Não deixa de ser curiosa a noção que *Pública* faz, a partir do redesenho dessas crises todas citadas por Serrano, com os poderes instituídos na sociedade e na política brasileira. O jornalismo mais institucionalizado quase sempre foi afeito aos jogos de representação do poder: desde a mítica do *quarto poder* até as relações diretas de confrontos de fontes, mais as angulações de tratamentos sociais. O complicador dessa questão, no entanto, é mais filosófico. A polarização de um jornalismo “comunicativo” com um jornalismo que apreenda, minimamente, os conflitos sociais torna a dinâmica social contemporânea, em meio há várias crises de representação, instável.

Neveu (2006) estabelece uma distinção bastante curiosa sobre a função jornalística, nesse contexto: a presença de um “jornalismo de comunicação” que domestica o cotidiano, apaziguando as arestas do extraordinário e das complexidades da vida. Esse desenho só é subvertido, segundo Neveu, quando há a averiguação do “fato bruto”, pelo jornalismo, na sua instância mais espontânea.

Novamente, no especial "A Copa é do Povo", na seção "O Brasil vai às ruas", conseguimos perceber a tentativa de *Pública* em alcançar essa dinâmica social em sua espontaneidade. Na cobertura das manifestações de junho de 2013, *Pública* utilizou o *Storify*⁹, um site que busca publicações relacionadas por assuntos de interesse do usuário nas redes sociais e possibilita a organização de uma narrativa a partir das publicações encontradas. Ao escolher uma das cidade disponíveis no site de *Pública* e clicar em "Acompanhe os protestos", o leitor consegue acessar o *Storify* com os *posts* dos participantes das manifestações. Abaixo, dois *posts* da página de *Pública* sobre Salvador:



Página de Salvador da seção "O Brasil vai às ruas"¹⁰ desenvolvida pela *Pública* mostra a tentativa da agência em se aproximar do "fato bruto".

Jornalismo de renovação

O exemplo pode ajudar a elucidar a utilização de alguns recursos de *Pública* em sua tentativa de inovação. Tanto Serrano quanto Neveu estão falando em renovação, na antítese de um jornalismo fundamentado na visibilidade publicitária e mercadológica. Essa pista é

⁹ Disponível em: < <https://storify.com/>>. Acesso em: 05 jul. 2014.

¹⁰ Disponível em: < <https://storify.com/agenciapublica/protestossa>>. Acesso em: 05 jul. 2014.

interessante para notarmos o trabalho desenvolvido em *Pública*. A identidade engendrada em suas propostas é a renovação da pauta social, como podemos perceber no trecho a seguir:

Pública atua para promover o jornalismo investigativo independente, através de programas de mentorias para jovens jornalistas, bolsas de reportagens e incubação de projetos inovadores de jornalismo independente. Para nós, o jornalismo não está em crise – está em renovação. A Pública acredita na reportagem. E no repórter¹¹ (PÚBLICA, 2014).

O que se nota é uma desconstrução de pilares convencionais da economia informativa. Trata-se de um princípio de renovação, sem dúvida. Mas, mais do que isso, demonstram-se questões que envolvem a legitimação do jornalismo como profissão e como instrumento de (des)organização do acontecimento social. O corporativismo profissional potencializado em *Pública* dialoga em duas frentes: a) com a perspectiva do acontecimento social abrangente e; b) com a convocação da participação democrática coletiva.

Nessas duas perspectivas, a reportagem (como gênero e como instância técnica de mediação) se materializa na utilização dos vários recursos, nos quais o paradigma da virtualidade e do digital oferecem ferramentas de superação de instabilidades e crises: do jornalismo em si, em sua autoreferencialidade, e da sociedade com seus problemas estruturais. Nesse sentido, a identidade de *Pública* é construída decisivamente no combate com a representação mediática convencional (ou hegemônica), utilizando-se as possibilidades técnicas das novas relações mediáticas virtualizadas e comunitárias. A dinâmica da mediação em *Pública* é explicitar o cotidiano com a complexidade do extraordinário, a partir dos confrontos democráticos inerentes.

Uma questão que levanta a partir disso é de que forma as *narratividades de vidas* das pessoas se adéquam nesse construir jornalístico. Uma primeira hipótese plausível, a partir de nosso objeto de análise, é que *Pública* se denomina porta-voz dos desvalidos. Essa suposição se vincula àquilo que Neveu chama de “andar de baixo”, na discussão sobre os dispositivos de mudança de um jornalismo meramente comunicativo. Mas, além disso, o que se constrói é uma poética da reportagem. É como se *Pública* pudesse mediar, permanentemente, determinadas pautas pela sua força de caráter social. No quadro abaixo, propomos um esquema, a partir da reportagem *Os boias-frias do futebol*:

Pauta: o mundo marginal (pequeno) do futebol;

¹¹ Disponível em: <<http://apublica.org/quem-somos/>>. Acesso em: 05 jul. 2014.

Apuração: rivalizar as demandas do *Bom Senso F.C.* com as precariedades de atores sociais sufocados;

Angulação: três facetas de três clubes em suas agruras, na evidenciação de personagens envolvidos na hipótese do desencanto do futebol;

Redação: a narratividade sedimentada nos anseios de uma reportagem que privilegia a observação, percepção e olhar do repórter;

Edição: consolidação de aportes direcionados (*hyperlinks*, diálogos horizontais e verticais) às potencialidades da plataforma digital-virtual.

A partir desse desenho, *Pública* se condiciona: a) como convocação de luta por meio da reportagem narrativo-investigativa e b) como extensão da pauta pública pelas possibilidades democráticas virtuais. Gomes (2008) salienta que:

Na literatura acerca do impacto da internet sobre a extensão das possibilidades de participação política, dois temas se destacam pela sua reiteração. Primeiro, insiste-se no revigoramento da esfera de discussão pública como efeito direto da entrada em cena de um novo meio ambiente de comunicação política. Segundo, destaca-se a capacidade da internet, em particular, e dos novos meios, em geral, de superar o déficit democrático dos tradicionais meios de comunicação de massa (GOMES, 2008, p.304).

Nessa mesma concepção, Maia (2008) afirma que “os dispositivos das novas tecnologias de comunicação e informação, interativos e multifuncionais, têm sido frequentemente notados como recursos para fortalecer o processo democrático” (MAIA, 2008, p.277).

Com a vinculação dessas duas impressões, *Pública* se materializa como um meio de propagação anticonvencional, por um lado, já que se ancora pelo combate; e, de outro, como plataforma-lugar de um jornalismo que traz a reportagem para o protagonismo. Com isso, os princípios relacionados à democracia se articulam, também, à sua consolidação textual alargada. Ao notar as fraturas do país da Copa, *Pública* subverte a mera cobertura (a Copa do Mundo em si) para mostrar as seguintes sobreposições, em *Os boias-frias do futebol*: a) os desvios da ordem prioritária (as críticas do movimento *Bom Senso F.C.*) e; b) os trabalhadores precarizados do futebol e os pequenos clubes pelo país.

Nesse contexto, institui-se uma convocação discursiva associada a atores *marginais*, no processo de elaboração da identidade nacional. Quando Lopes (2013) nos apresenta a

fluidez do aspecto identitário contemporâneo, o que se nota é justamente uma proposição de luta. Para isso, *Pública* nos chama a uma luta de sentidos em sua tessitura.

Há um desajuste entre a ideia de um jornalismo que fere o fato social e outro que se ajusta às inconveniências do retrato, da verdade mais “comum”. Com isso, a propositura de um jornalismo cidadão e participativo só ganha significado se trabalhado com os mesmos princípios envolvidos em sua fabricação. Por isso, a reportagem não é um mero dispositivo, como vimos. Ela é a essência da configuração discursiva e política. A esfera pública virtual é endossada com as partituras da denúncia, com o envolvimento de causas e com a narratividade posta a serviço de um jornalismo de aprofundamento, como se percebe na observação, ação e narração de *Os boias-frias do futebol*.

Quando o acontecimento ganha visibilidade

A justificativa do uso da reportagem e de sua proposição estendida, em *Pública*, associa-se àquilo que Sodré (2009) chama de “narrativa das práticas humanas”. Em outra direção, estabelece-se a realidade movida pela singularidade da causa social, pelos componentes dos novos dispositivos comunicacionais:

O aprofundamento da informação no espaço das redes ainda é sensivelmente deficiente, mas não há quaisquer impedimentos técnicos para que um novo tipo de profissional utilize algoritmos computacionais destinados a encadear fontes informativas relevantes, requalificando o material informativo. Nesta direção caminham as experiências de jornalismo cidadão, jornalismo colaborativo, ou ainda jornalismo participativo, que têm em comum a produção de conteúdos pelos usuários, variando apenas os modos técnicos de realização (SODRÉ, 2009, p.109).

A causa social é movida pelo acontecimento mediado do cotidiano em outras direções que não a simples percepção da mídia convencional: numa outra dinâmica comunicacional, participativa e interativa. Por isso, é pertinente dizer que o atributo essencial de *Pública* é seu aspecto singular de mediação, cuja materialização é a participação democrática, entendida em duas chaves: a) a discursiva, por meio da fabricação de um *ethos*; b) narrativa, quando propõe a reportagem como instrumento de averiguação social alargada.

Essa propensão pode ganhar ou perder força, a depender das conveniências e visibilidades. Aidar Parado (2013, p.11) nos informa que “na atualidade, os discursos

embutidos nos dispositivos mediáticos buscam públicos menos ou mais segmentados”, ao sabor das dinâmicas de convocações políticas, humanas e afetuosas.

É interessante notar que quaisquer convocações, na atualidade, são reapropriadas e ressignificadas, intensamente, na esfera pública virtual. Em virtude disso, *Pública* propõe um contrato de fidelidade com o público leitor e com certa “comunidade jornalística”, embasado nos seguintes aspectos: hipótese combativa, edição da fala desnudadora, justificativa da resistência, insinuação do tom investigatório e fluidez de caráter narrativo-descritivo.

Na reportagem *Os boias-frias do futebol*, há o interesse de se esboçar uma *justificativa de pauta*. As fontes (jogadores de futebol) e os cenários (clubes de futebol) são cuidadosamente construídos na intenção de se configurar uma narrativa do cotidiano complexo, distante das singularidades-clichês do mundo do futebol.

Essa narrativa rotineira mas também extraordinária se firma nas seguintes opções narrativo-descritivas, a partir dos cenários (clubes de futebol pequenos) pesquisados:

Mauaense: “*Terça-feira de manhã, céu nublado, aquele “chove-não-chove” no ar. A reportagem da Pública está em Mauá, município da Grande São Paulo, para acompanhar um jogo de futebol sem torcida, estrelado pelo Grêmio Esportivo Mauaense, da Segunda Divisão do Campeonato Paulista, abaixo da Série A3. Com o objetivo de montar uma equipe para o próximo campeonato do primeiro degrau do futebol profissional, os jogadores de Mauá enfrentam um time de jogadores ainda mais frágeis: o dos desempregados, reunidos em uma equipe montada pelo Sindicato de Atletas Profissionais do Estado de São Paulo (SAPESP) para que eles possam manter a forma enquanto não voltam a jogar profissionalmente*” (Nossa categorização: o futebol miúdo).

Várzea: “*Hoje há campeonatos de várzea bem estruturados, como a Copa Kaiser, o principal campeonato amador da capital paulista que neste ano contou com 192 equipes em jogos que foram de março a outubro. “Na várzea, eu já peguei cinco mil pra assinar e mais 250 reais por jogo”. É um dinheiro bom e sempre vem conforme o combinado. No profissional, muitas vezes eles te prometem um contrato e só pagam uma parte. O que vale mais a pena?*”, pergunta Jorge, que foi campeão da Copa Kaiser deste ano pelo Leões da Geolândia, da Vila Medeiros, zona norte de São Paulo” (Nossa categorização: o futebol e a vida cotidiana).

Ypiranga: *“Situações como essa são comuns no Pará. O zagueiro Bruno Oliveira de Andrade, colega de Romeu no Ypiranga, não conseguiu firmar contrato para jogar no primeiro semestre. “Temos que dar uma economizada para sobreviver esses meses. Trabalhei em várias coisas: como motorista, até ajudante de pedreiro para ganhar um dinheirinho.” Romeu conta que muitos amigos desistiram do futebol porque precisavam sustentar suas famílias. Mas Bruno não quer seguir esse caminho. “Quando você fica três, quatro meses parado, passam várias coisas na cabeça da pessoa. Já pensei várias vezes em parar por causa da esposa, do filho. Continuo porque tenho condições de chegar em um lugar melhor. No futebol, do dia para a noite podem acontecer coisas melhores, você pode ficar bem. Meu sonho é ser campeão por uma equipe grande do Rio, de São Paulo, até de fora, conseguir sair daqui do estado”* (Nossa categorização: o futebol e sua mística).

Maruinense: *“”Meu sonho é colocar o Maruinense na série B do Campeonato Brasileiro, em um nível mais alto”, conta o dirigente do time que hoje disputa a Segunda Divisão do campeonato sergipano. Mas, para o zagueiro Felipe Severo Santana, de 25 anos, que já jogou no São Caetano e no Atlético Paranaense, o clube precisa melhorar sua estrutura para fazer frente aos times de elite. “Nesses times tinha mais profissionais, alimentação de qualidade, já aqui é meio carente. Aqui tem que ser guerreiro”, opina o jogador, que já trabalhou até em uma loja de sapatos enquanto ficou parado no futebol. “Já pensei em desistir muitas vezes. Futebol é injusto demais”, afirma”* (Nossa categorização: o futebol como cenário).

Além do tom narrativo, o acontecimento social ratifica as fragilidades e precariedades dos trabalhadores “anônimos” do futebol em contraste com o poder econômico da FIFA e sua Copa do Mundo. A angulação prevê a fundamentação ética de um jornalismo que, sem exagero, se insere nos dilemas quase existenciais da sua própria atividade. Jornalistas e jogadores são *boias-frias*, a rigor, nas entrelinhas. A fluidez da reportagem como norte idealizado dá o tom de resistência, na orientação deontológica.

Martins (2008), ao se apropriar do pensamento de Baudrillard, afirma que as interatividades digitais, muitas vezes, se arremedam em instrumentos falsos de representação (da realidade, de determinado objeto), ocasionado simulacros. Mas, *Pública* se entrosa a essa lógica por se permitir engendradora daquilo que estamos chamando de

narrativa do cotidiano extraordinário e complexo. Tudo pode ser representação, evidentemente. No entanto, além da simples afeição ao simulacro, a lógica de um jornalismo investigativo, preocupado, participante, ganha lastro ao se constituir nos códigos de interação sujeitos na esfera pública virtual.

Pode-se estender o conceito de participação política ao de pertencimento de ordem política e cultural, para além da simples ideia de simulacro. Para Eduardo Duarte (2012), o pertencimento cultural está associado às construções simbólicas do acontecimento social. Nesse contexto, *Pública* se fundamenta como proposição ética para a atividade jornalística, pela articulação temporal e experiencial. O que se nota em *Os boias-frias do futebol*, por exemplo, é a aferição da realidade pelos compromissos engendrados: a reportagem como esteio, a evidenciação de atores sociais *marginais*, a perspectiva dialética do narrador-reporter e a investigação social calcada no interesse público de caráter democratizante e combativo. Nesse sentido, a título de síntese, a problematização pública se fecha nos seguintes nortes: a) o valor informação e o volume de dados da checagem e apuração; b) a investigação como questão editorial; c) a pergunta “pública” e a angulação racionalizante; d) as perspectivas de debate na dinâmica de compartilhamento nas redes sociais e; e) a evidência de um jornalismo-cidadão.

É imprescindível afirmar que, na contemporaneidade, o jornalismo se lança como um ator social fundamental nos embates públicos. *Pública*, com isso, convoca a participação de visibilidade digital e virtual, a referendar uma democracia diluída em um jornalismo quase sacrossanto, onde a reportagem é o seu *calcanhar de Aquiles*. A validade, ou não, da luta de *Pública* só pode ser entendida, ou estendida, quando verificada nos lances que aqui elencamos, isto é, na solidez de uma identidade questionada na autorreferencialidade. É a partir dessa sustentação que *Pública* se desenvolve. Como questionadora do viés oficialismo e como propagadora de uma arena pública ancorada na reportagem. Trata-se de um discurso que pressupõe a renovação. É nesta ânsia que *Pública* deve ser orientada, criticada, questionada e aplaudida.

REFERÊNCIAS

- AIDAR PRADO, José Luiz. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: Educ; Fapesp, 2013.
- BURGOS, Pedro. **O que podemos fazer para salvar o jornalismo?** Revista Digital Oene. Disponível em: <http://www.oene.com.br/reinventando-o-jornalismo/>. Acesso em: 21 jun. 2014.
- DUARTE, Eduardo. A experiência estética pública na construção do cotidiano e seus acontecimentos. In: FRANÇA, Vera Regina Veiga; OLIVEIRA, Luciana de. **Acontecimentos: reverberações**. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.
- FAUSTO NETO, Antônio. **Enunciação, autorreferencialidade e incompletude**. Revista Famecos. Porto Alegre n° 34, dezembro de 2007. Quadrimestral. p. 78-85.
- GOMES, Wilson. Internet e participação política. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C.M. **Comunicação e democracia: problemas e perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.
- KLEIN, Eloísa Joseana da Cunha. **Autorreferencialidade e jornalismo: reflexões teórico-analíticas sobre a processualidade além do discurso intencional da mídia**. XXII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal da Bahia, 04 a 07 de junho de 2013.
- LOPES, Fernanda Lima. **Ser jornalista no Brasil: identidade profissional e formação acadêmica**. São Paulo: Paulus, 2014.
- MAIA, Rousiley C.M. Democracia e a internet como esfera pública virtual: aproximação às condições de deliberação. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C.M. **Comunicação e democracia: problemas e perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.
- MARTINS, Francisco Menezes. **Impressões digitais: cibercultura, comunicação e pensamento contemporâneo**. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.
- RAMONET, Ignacio. A explosão do jornalismo na era digital. In: MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder**. São Paulo; Rio de Janeiro: Boitempo; Faperj, 2013.
- SERRANO, Pascual. Outro jornalismo possível na internet. In: MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder**. São Paulo; Rio de Janeiro: Boitempo; Faperj, 2013.
- SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.