



“Dia de cão” para o jornalismo: protestos do Abril Vermelho no Recife X cultura participativa na convergência midiática¹

Dario Brito ROCHA JR.²

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

O principal objetivo desse artigo é estabelecer alguns pensamentos iniciais a respeito da possibilidade de introdução da cultura participativa (em meio às discussões sobre convergência midiática) na cobertura de jornais impressos. Direcionamos nosso pensamento com base nas contribuições de Jenkins, Castells, Toffler e D’Andréa, entre outros, para tentar refletir sobre uma matéria publicada em abril do corrente ano num jornal recifense a respeito de protestos no centro da cidade e seu reflexo na sociedade.

Palavras-chave: convergência midiática; cultura participativa; cobertura jornalística; jornalismo impresso.

Delineando o cenário

Desde a explosão de informação ocasionada pela rede mundial de computadores, a convergência midiática vem sendo discutida com mais efervescência, sobretudo nos ambientes jornalísticos. A possibilidade de incorporação de uma nova cultura de produção/consumo midiático (e não apenas um fenômeno visto pura e simplesmente como fruto de avanços e revoluções tecnológicas) também é dos temas mais abordados por jornalistas nos diferentes âmbitos de relacionamento com a execução da notícia: editores, subeditores, repórteres, fotógrafos, designers, produtores, etc. O fato é que muito vem sendo discutido sobre o que deve ser feito e, assim como todo “novo” fenômeno, as execuções, de início, ainda tornam-se distantes daquilo que em tese poderia ser realizado.

É fato também que desde a década de 70, vários autores de uma forma ou de outra colocaram em pauta o tema da convergência, sejam Nicholas Negroponte com suas reflexões no âmbito do Instituto de Tecnologia de Massachussets [bem antes de escrever o best seller *A Vida Digital (Being Digital)*, em 1990] ou o próprio – e mais recente – Henry Jenkins, com uma escrita frenética baseada em exemplos do cotidiano

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Mestre em Linguística pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. Professor de Jornalismo Opinativo, Teoria e Prática de Pesquisa em Comunicação, Pesquisa em Comunicação, Teorias da Comunicação e Redação Jornalística 1 e 2 da Universidade Católica de Pernambuco – Unicap. E-mail: dariobrito@gmail.com



em Cultura da Convergência (Convergence Culture, 2006), passando por outros nomes como Pere Masip, José Alberto García Avilés, Ramón Salaverría e Manuel Castells, num universo que torna-se cada vez mais bem representado. De toda maneira, tende-se ao mesmo tempo a refletir não somente sobre que impactos esse fenômeno trará na mídia nos próximos anos (numa discussão que, por si só, já tem se tornado bastante desgastante) como também – essa outra reflexão, bem menos explorada – de que forma estamos lidando com a convergência já há algum tempo em face de erros e acertos na prática diária de um jornalismo que pretende-se cada vez mais convergente, sobretudo em veículos de mídia impressa.

Dessa forma nos debruçamos no presente artigo sobre o caso de matéria publicada no periódico impresso pernambucano Jornal do Commercio a respeito dos protestos do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST) na manhã do dia 19 de abril de 2010 nas principais ruas do centro do Recife. O ato contestatório, pensado e executado para “chamar a atenção para a pauta de reivindicações que inclui o assentamento de 17 mil famílias acampadas em Pernambuco” (JC, 20/04/10, Cidades, p. 4) acabou interrompendo, por conta de marchas dos integrantes do movimento, o trânsito em três das principais avenidas que cortam a cidade (Norte, Caxangá e Abdias de Carvalho), causando um reflexo na Região Metropolitana do Recife como um todo.

Nossa primeira observação diz respeito a dois fenômenos desencadeados por essa cobertura. Inicialmente, o fato de que os elementos que são atrativos/indicativos para o referido texto (nas mais diversas seções do periódico, como na manchete de capa do jornal, nos títulos, sutiãs, legendas e fotos selecionadas para ilustrar o assunto) indicam uma abordagem que, em tese, elege como fato mais importante o reflexo que tal protesto desencadeou nos atores/usuários do trânsito na cidade, embora, ao ler o texto da matéria, essa abordagem revele-se completamente “dissolvida” em meio a outros assuntos que também se fazem pertinentes. O segundo fenômeno é a não-utilização – pelo menos aparente – de informações vindas justamente desse público (até em contradição com os demais veículos do sistema de comunicação ao qual o jornal pertence³, que privilegiaram uma das características mais fortes do ambiente de convergência, que é o da chamada “cultura participativa”).

³ O Sistema Jornal do Commercio de Comunicação figura como um conglomerado midiático com sede no Recife e que é formado por cinco veículos (alguns deles com ramificações no interior do Estado de Pernambuco): Rádio Jornal, Rádio JC/CBN Recife, TV Jornal, JC OnLine e Jornal do Commercio.



Tentamos, dessa maneira, não julgar, acusar ou simplesmente tomar essa cobertura como um exemplo deslocado do ambiente de convergência, mas refletir sobre como alguns temas urgentes na nossa pauta diária poderiam, talvez, apresentar uma execução bem mais sintonizada com as novas possibilidades surgidas de uns tempos pra cá. Tal questionamento, aliás, faz parte das principais áreas de interesse que permeiam as reflexões do Grupo de Mídia e Cultura Contemporânea, da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), no qual o presente estudo foi desenvolvido.

Sobre reviravoltas tecnológicas e culturais e seu reflexo na mídia

Convergência midiática e cultura participativa. Sob esses dois conceitos tão discutidos atualmente (se não exatamente com esses termos, pelo menos em seus desdobramentos e impactos) estão pautadas as reflexões sobre a nova forma de relação que temos tido tanto no âmbito da “produção” quanto no do “consumo” de mídia – se é que atualmente podemos separar esses dois lados de relação com o conteúdo noticioso. Jenkins (2009:29-30) discorre de maneira muito clara a respeito das duas ideias:

“Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando”.

E mais adiante:

“A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considera-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros”.

Pensando nesse sentido torna-se inegável perceber o fato de que nos últimos anos esse processo contribuiu para uma mudança de paradigma no campo



comunicacional, operando novas relações profissionais com o tema e também de “consumo de notícias”. Como já apontava Castells (1999:414) quase uma década antes a respeito do previsível saldo desse fenômeno:

“O surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre nossa cultura. Contudo, surge a questão das condições, características e efeitos reais dessa mudança”

Ferramentas tecnológicas que se baseiam em redes sociais (a exemplo do Orkut, Facebook, Twitter, MySpace, Hi5 e tantas outras) aliadas à própria disponibilidade do conteúdo jornalístico no ambiente virtual – em portais de notícias, sites, blogs, microblogs e fotologs (ou qualquer outra nova formatação que venha a ser desenvolvida nesse sentido) – são alguns dos elementos responsáveis por este novo ordenamento na produção e recepção de notícias, reconfigurando antigas certezas que hoje não se fazem mais presentes.

O jornalismo vem experimentando, após a (intitulada por alguns) revolução digital nos meios de comunicação, inúmeras e – em muitos casos – decisivas transformações nos processos de produção da notícia e de veiculação do material para o público final. A própria função social do jornalista vem sendo repensada diante desse novo quadro, o que faz surgir questionamentos quanto ao formato de organização do seu trabalho por conta do aparecimento e democratização de novos suportes comunicacionais ou ferramentas tecnológicas que influenciam diretamente o desenvolvimento desses processos.

Mudanças percebidas mais notadamente desde a última década do século passado provocaram reflexos que estão sendo sentidos de forma cada vez mais dinâmica pela sociedade e, de certa maneira, preconizando outros impactos vindouros que vão reconfigurar o que conhecemos atualmente como mídia, não só na produção do conteúdo que nela circula, como também na parcela receptora desse material (que, como já adiantamos, em muitos casos, é também hoje produtora partícipe). Nesse sentido concordamos com Felippi (2007:13), quando reflete que:

“Os novos aportes tecnológicos gerados pela pesquisa e produção de tecnologias da comunicação e da informação têm revolucionado o fazer jornalístico, reestruturando processos, eliminando etapas, dando nova dimensão às questões de espaço e tempo, tanto no que tange à



produção, como na distribuição do conteúdo, seja em ondas, bits ou papel”.

A tendência instalada nos meios de comunicação tradicionais como rádio e televisão (além do impresso diário, que é o recorte desta proposta de estudo e reflexão iniciais) de dialogar com suas extensões na internet, adaptando-se às possibilidades desse meio, altera fortemente o cenário social. O ato cada vez mais comum de convergir em mídia está justamente em utilizar esse novo suporte como um canal notadamente eficaz para veicular e distribuir o produto midiático maior, ou seja, a notícia.

Embora seja bem verdade que essa inserção na convergência não figure como um comportamento unânime nos diferentes veículos, tendemos a acreditar que naqueles cuja natureza interativa se apresenta atualmente como mais imediata (a exemplo dos que estão alocados no rádio e na internet) esse processo não só é mais rápido como potencialmente mais perceptível. No que diz respeito ao objeto que nos serve como ponto de partida para essa reflexão (que desenvolveremos e buscaremos analisar mais adiante), percebemos que seus similares nos demais veículos pertencentes ao mesmo sistema de comunicação (a mesma notícia dos protestos do Abril Vermelho na Rádio JC/CBN Recife e no JC OnLine) manifestaram uma interseção muito mais ativa com os ouvintes e internautas. Em reflexão a partir dos escritos do próprio Jenkins (idem:29) lembramos que ele aponta que a efetiva circulação de conteúdos através dos mais distintos sistemas de mídia “depende fortemente da participação ativa dos consumidores”.

Interessante é perceber como teóricos apontavam claramente essa tendência comportamental já desde a segunda metade do século passado a exemplo de Toffler (1995:275), que chegou a nomear esse novo indivíduo como prosumidor⁴: “Num mundo assim, desvanecem-se as distinções convencionais entre produtor e consumidor. O que era “estranho” torna-se “familiar” e ainda mais produção será transferida do Setor B da economia para o Setor A onde reina o prosumidor”. Para ele, o Setor B seria aquele no qual convencionalmente se produz mercadorias para a troca e o Setor A aquele no qual faríamos as coisas para nós mesmos. E ainda prossegue (idem:381): “Um é o setor do mercado ou da produção, o outro é o setor do prosumidor. E cada um tem seus próprios efeitos psicológicos sobre nós. Pois cada um promove sua própria ética, sua própria série de valores e sua própria definição de sucesso”.

⁴ Prosumer, no original, para o autor seria uma espécie de junção entre os conceitos de producer (produtor) e consumer (consumidor).



Ou seja, transferindo esse mesmo pensamento (e focando-o mais diretamente em mídia), como nos lembra Felippi (2007:13), a tendência é que cada vez mais esse comportamento torne-se comum:

“(...) A imprensa tem se aproximado do pólo receptor da comunicação midiática, o leitor/ouvinte/expectador/navegador, ampliando as possibilidades do mesmo interagir com os meios, provocando alterações radicais se comparadas à prática tradicional do jornalismo. Ou seja, mesmo que em projetos eminentemente mercadológicos, os veículos de comunicação estão descentralizando sua produção jornalística, permitindo que o receptor alcance o status de produtor, o que possibilita, por essa perspectiva, uma discussão das funções do jornalismo e do interesse público da notícia”.

É bom que se registre também – como já trabalhamos em reflexões anteriores (ROCHA JR., 2009) que a própria reviravolta no comportamento da mídia tradicional no que tange à relação com o consumidor da notícia teve uma motivação mais específica. Sabemos, de qualquer forma, que houve razões historicamente econômicas para que fenômenos assim acontecessem (não é novidade que os jornais, embora com finalidade dita pública, mesmo que discutível por algumas instâncias da sociedade, são, sim, empresas – constituídas como tal e responsáveis legalmente dessa maneira – e por isso mesmo, na história dos estudos de mídia, essas organizações vêm sofrendo as pressões sociais que essa questão dialética naturalmente suscita). Convergir, fazer sua continuação no ambiente virtual não foi uma simples aposta ou espécie de comportamento de simpatia por “algo novo”. Tornou-se de um dia para o outro, de um bit para o outro, ou do analógico para o digital, uma urgente necessidade.

É fato que o florescimento da internet provocou um impacto direto nas organizações empresariais da mídia, que viram seus interesses mercantis abalados em maior ou menor escala com o advento do ciberespaço na vida cotidiana. Jornais e emissoras de rádio e TV começaram a vivenciar fenômenos antes impensados, a exemplo da queda de índices de audiência e de números de venda e/ou assinaturas (e conseqüentemente de publicidade, o que impactou diretamente a receita desses veículos). A reação natural, ancorada num sentimento de impotência em concorrer honestamente com uma ferramenta assim tão atrativa, tão aparentemente pública, tão deliciosamente democrática, foi aliar-se à tecnologia que nascia naquele momento, instalando de maneira definitiva a era da convergência midiática.



Em se tratando especificamente dos jornais impressos, o ato de convergir se traduziu em opções das mais distintas, que vão até hoje desde a inserção na internet de todo o conteúdo impresso diariamente pelos veículos, ora gratuitamente, ora mediante pagamento (em formato totalmente adaptado ao ambiente virtual ou naquele que carrega ainda um resquício de organização analógica, como é a versão flip, que promete a ilusão de folhear um jornal), até a criação de conteúdos exclusivos para o ciberespaço. Qualquer que seja a estruturação e o comportamento da empresa nessa convergência, algo é certo: quase a totalidade dos jornais possui versão na internet e nela constituem (quando não a única) sua maior ferramenta de interação na atualidade.

Como já trabalhamos e refletimos em um texto anterior que torna-se oportuno:

“Vale salientar que esse processo migratório (ou deveríamos conceitua-lo como “extensório”?) de conteúdo midiático provocou não só a ida de material oficial para a rede de computadores como também abriu a possibilidade de pessoas físicas aventurarem-se nesse ambiente. Hoje é fato e todos se não sabem pelo menos imaginam que qualquer indivíduo que tenha acesso a um computador e ferramentas auxiliares como as dispostas num simples aparelho celular com os recursos certos (câmera digital, rádio, web, etc.) está perfeitamente capacitado (ao menos tecnologicamente...) para gerar conteúdo noticioso e posteriormente veicula-lo para a massa”. (ROCHA JR., 2009, p.85)

Ou seja, além das questões tecnologicamente urgentes, comportamentalmente visíveis na sociedade e economicamente necessárias, soma-se também o fato de todo esse movimento em favor da convergência midiática modificar relações (que, até então, estavam...) solidificadas nos ambientes redacionais e, fatalmente, não aguardavam por essa mudança que interfere diretamente no *modus operandi* dessa organização basicamente hierárquica que é o jornalismo. Repórteres, subeditores, editores estavam todos – até onde era possível – confortavelmente instalados em suas funções e atribuições jornalísticas que, se não mudaram drasticamente nos últimos anos, enfrentaram poucas e isoladas transformações que, a seu modo, tiveram o tempo como aliado nesse processo de transição. Aliás, talvez a mudança mais sentida por essa classe tenha sido, inclusive, na década de 90, quando as máquinas de escrever foram substituídas pelos computadores, operando uma nova cultura com relação ao tempo de escrita e à revisão gráfica. Nesse sentido, estendemos o nosso delineamento teórico para algumas reflexões finais baseadas em escritos de D’Andréa (2009) que contribuem para o questionamento em torno dos impactos ocasionados por essa mudança não só na



“operação jornalística”, mas também – e sobretudo – na relação que esses profissionais passaram a ter com a notícia, nos seus mais diferentes níveis de posição hierárquica no tratamento do fato. Pensar que essa nova ordem (ou essa revolução, como queiram chamar...) traz impactos diretos num sistema profissional de produção da notícia já consolidado é um bom começo no caminho da reflexão sobre o tema. De início, coloca em reflexão o autor:

“Com algumas variações – e correndo o risco de generalizar –, podemos dizer que há (ou houve) um “modelo” de produção do texto jornalístico adotado nas redações ao longo das últimas décadas. Em torno do repórter, figura central em toda rotina de confecção da matéria jornalística, tradicionalmente atuam profissionais que, em maior ou menor grau, interferem no material a ser publicado. Pauteiros, revisores, copidesques, checadores e, em especial, os editores são intermediários e influenciam na redação, ainda que, no crédito das reportagens, apenas o repórter assine e responda pelo resultado final”. (pág. 75).

Ora, se pensarmos que um mesmo “produto” noticioso (entendido inicialmente como um somatório de informações coletadas que – dado o seu tratamento e organização – vai gerar o texto final) sempre passou historicamente por uma série de profissionais (dependendo da sua escala hierárquica dentro da redação), com recortes e visões muitas vezes completamente diferentes acerca daquela notícia, passará agora também por uma outra série de atores, que nem sempre (quase nunca, aliás) vêm do ambiente noticioso. Logo, a formatação final desse material tem que vir recobrada de responsabilidades e respeito ao leitor, não somente por princípios éticos (que reconhecidamente deveriam orientar esse comportamento), mas observando atentamente o fato que, principalmente ele irá ficar cada vez mais exigente (e co-partícipe). Nesse cenário os cuidados são muitos, como aponta Langeveld (2009) apud D’Andrea (2009:79):

“Langeveld (2009), ao refletir sobre a atual dinâmica de produção e circulação de informações de interesse jornalístico, alerta para a necessidade de se estar atento ao que ele chama de “cascata de conteúdos”. Para o autor, torna-se cada vez mais difícil a indentificação do que é o “fato jornalístico”, ou onde começa e termina a sequência de fatos que deve ser reportada. Como uma “cachoeira” com fluxo ininterrupto de informações, uma redação deve estar preparada para produzir e editar informações de forma contínua, explorando as especificidades de cada meio disponíveis e agregando



dados publicados por diferentes fontes, inclusive as mantidas pelo público”.

Não é difícil raciocinar nesta mesma linha de pensamento que, num ambiente onde há muita informação circulando – e agravado ainda mais por se caracterizar com espaços onde “todos falam, emitem, noticiam” em vários e (aparentemente) democráticos locais virtuais –, alguns questionamentos surgem justamente em confronto direto com aquele modelo tradicional de produção de notícia, como o que diz respeito à propriedade que se tem para transmitir informação como pessoa física. E, mais, quais seriam os critérios nos quais os novos consumidores/produtores se apoiariam para conferir crédito a essa informação. Como pensamos (ROCHA JR., 2009, 96): “Se nos encontramos numa época de vários discursos, surgidos a partir de diversas fontes e com distintas finalidades, todos extremamente disponíveis, teremos necessidade, então, cada vez mais de filtros?”. Ou seja, são todas reflexões comuns ao clima de transição no qual estamos inseridos já há um bom tempo, muito mais questionando do que prestando atenção no que temos feito enquanto essa convergência já acontece ao nosso redor.

O “Dia de Cão” e a dissolução da cultura participativa na notícia

De posse dos conceitos discutidos até o momento, voltamos então o nosso olhar para a matéria “MST invade o Recife e trânsito fica caótico”, publicada na edição de 20 de abril de 2010 no Jornal do Commercio (PE). O fato: dentro dos protestos do Abril Vermelho, cerca de dois mil manifestantes do movimento, divididos em três grupos, marcharam pelas principais avenidas da cidade (Norte, Caxangá e Abdias de Carvalho) causando um impacto no tráfego da principal via do Recife, a Agamenon Magalhães. O protesto teria sido premeditado para chamar a atenção das autoridades para a pauta de reivindicação do movimento e acabou gerando um engarrafamento de 1,5 quilômetro na Região Metropolitana, no horário de pico do trânsito matinal, entre 7h e 9h30. Na ação, 20 policiais militares em sete viaturas tentaram acompanhar a manifestação. O resultado foi um grande número de profissionais e estudantes que tiveram sua rotina alterada numa segunda-feira, inclusive abandonando seus veículos e tentando seguir à pé até o seu destino final naquela manhã. A cobertura jornalística dentro do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação: no rádio (Rádio JC/CBN Recife), o principal programa da manhã, o CBN Recife, que tem início todos os dias às 9h, mudou sua pauta e dedicou cerca de 90% da programação daquele dia ao fato, ancorado, sobretudo, nas



contribuições vindas de vários ouvintes que enviavam mensagens de texto SMS para a redação dando informações sobre trânsito lento e rotas de fuga e opinando a respeito do fato; na internet (JC OnLine), a matéria começou em pequenas dimensões, publicada inicialmente às 8h55, logo no início da manhã, e durante o dia foi crescendo visivelmente em tamanho e recursos graças a colaboração de internautas e repórteres daqueles e de outros veículos, até a última atualização (registrada às 16h29) com texto, galeria de imagens do protesto, vídeo e 45 comentários de pessoas que ajudaram a construir a notícia; no impresso (Jornal do Commercio), uma matéria de 30 linhas ocupando pouco mais de 65% do espaço da página 4 do caderno Cidades, disposta em duas fotos e um box com informações numéricas. No texto (embora a manchete do jornal – “Dia de Cão no Recife” –, acompanhada de imagens de pessoas descendo dos seus carros frente à manifestação, direcione o leitor para os problemas que pedestres, motoristas e passageiros enfrentaram por conta do protesto), a presença da fala de apenas um usuário afetado pela manifestação.





O que nos interessa, de início, nessa análise, é o fato de que três mídias pertencentes a um mesmo sistema de comunicação veicularam uma mesma notícia de forma completamente diferente pautadas em elementos distintos originados num mesmo fenômeno como se, praticamente, não houvesse nenhum tipo de interação entre elas. Logo depois, também nos é especialmente atrativo o fato de que, na cobertura do veículo impresso um dos maiores traços da cultura participativa – a inserção do “consumidor”, ou seja o leitor (em transferência direta para esse caso específico, a população que opinaria sobre o fato), no âmbito midiático – tornou-se extremamente tímida, quando, na verdade, possuía um terreno fértil para ali se fazer valer (como ocorreu na internet e no rádio), tanto pela estrutura do próprio sistema, quanto pela natureza da notícia em si⁵.

Relembremos a manchete de capa da edição do jornal daquele dia, assim como o sutiã e a legenda das principais fotos que estampam essa cobertura:

Manchete: *“Dia de Cão no Recife”*

Sutiã: *“Manifestantes do MST se dividiram em três grupos, ontem, e marcharam pelas Avenidas Norte, Caxangá e Abdias de Carvalho, paralisando o trânsito em todas as regiões da capital de forma orquestrada, dentro do chamado Abril Vermelho”*

Legenda das fotos: *“IMPASSE – Motoqueiro tentou furar a manifestação e foi impedido pelos sem-terra de forma violenta. Para quem ficou preso no trânsito, a solução foi descer de carro e aguardar pacientemente pela liberação das ruas”*

Ainda exemplificando a cobertura, percebamos o título da matéria e o sutiã, assim como as legendas das duas fotos selecionadas para ilustrar o fato:

Título: *“MST invade o Recife e trânsito fica caótico”*

⁵ Estudiosos da convergência midiática, a exemplo do prof. Dr. Elias Machado, defendem a ideia de que certas matérias “pedem” convergências mais simples, enquanto outras, dada a sua natureza comum ao desdobramento, “imploram” por convergências complexas, com várias camadas de informação e capilarizadas em vários meios, tendo seu início em fontes de informação e feedbacks distintos. Uma paralização da natureza dessa que ocorreu em abril no Recife certamente pertenceria à segunda característica.



Sutiã: *“Sem-terra marcharam, ontem, pelas Avenidas Norte, Caxangá e Abdias de Carvalho, terminando na Agamenon Magalhães. CTTU registrou 1,5 quilômetro de engarrafamento na hora da manifestação”*

Legenda da foto 1: *“MANIFESTAÇÃO – Mesmo com a ação da polícia, que acompanhou a marcha, o tráfego ficou parado na Agamenon Magalhães, revoltando a população”*

Legenda da foto 2: *“TRANSTORNOS - Circular pela área foi tão difícil ontem de manhã”*

Com recursos textuais de edição dessa natureza, era de se prever que a matéria publicada contivesse informações que privilegiassem e/ou ilustrassem de forma mais direta e ancorada em vários exemplos das passagens como o *“Dia de cão”* e o ato de *“descer do carro e aguardar pacientemente pela liberação das ruas”*, ou ainda de maneira incisiva, que estampassem o fato de que tal manifestação estava *“revoltando a população”*. Ou seja, dar a voz a esse grupo formado por usuários do trânsito (em veículos coletivos ou condução própria, ou ainda observadores que se sentiam nessa situação veiculada pela notícia). O que temos, no entanto, numa matéria de 30 linhas e pouco mais de 400 palavras, publicada em quatro colunas inteiras (somando-se ao box e às fotos) é apenas um pequeno trecho de 3 linhas que acomoda 41 palavras (ou seja, 10% do total do espaço da matéria) que traz a voz de apenas um dos usuários:

“O protesto propiciou um encontro tenso. De um lado, a população urbana, formada por gente como a dona de casa Nalva Alves, 37 anos, que passou três horas presa em um ônibus na Avenida Caxangá. ‘Eles deveriam protestar contra o governo, não contra a população’, afirmou ela” (JC, 20/04/10, Cidades, p. 4)

A não ser por esse trecho específico, a matéria, que foi ancorada em recursos de edição que a faziam parecer pertencer a uma categoria que trouxesse várias expressões (vindas da população e respeitando o direito de emitir opinião a respeito do manifesto), foi completamente apoiada nas informações captadas pelo *“olhar do repórter”* e com fontes oficiais. O impacto dessa manifestação na população, no entanto, ficou reduzido ao comentário da dona de cada Nalva Alves, presa num ônibus.

O que chama à atenção é que ao passo que as fotos mostravam pessoas descendo dos carros, motoqueiros tentando furar o bloqueio ou outras situações que estampavam



esse embate entre os dois lados da notícia (manifestantes e afetados pelo protesto), e, como apontamos, apenas um deles foi representado no texto.

Em comparação aos demais veículos do sistema, essa participação tornou-se ínfima. Na internet, os 45 comentários postados ao longo do dia refletem, de certa maneira, o princípio da cultura participativa: motivados pela notícia e pela chamada “*Indique um caminho alternativo para fugir do protesto*”, os internautas fizeram não só isso, dando um aspecto de urgência e atualidade ao fato minuto a minuto, como também encontraram espaço para expor suas opiniões a respeito da manifestação:

De: Miguel - 19/04/2010 11:50 - *Imbiribeira, Av. Sul, Forte das Cinco Pontas e Centro. Caminho livre.*

De: Danilo - 19/04/2010 11:02 – *Para quem vem da Caxangá, caminho em direção à rua Manoel Borba, o trajeto a fazer é este: pega o atalho pelo Quartel do Derby, depois pega a avenida da Fundação Joaquim Nabuco, seguindo em direção ao Comprebem da Rua Dom Bosco, pegando a rua do Memorial São José em direção à Praça Chora Menino, depois pegando a Rua Dom Bosco em direção ao Colégio Salesiano.*

De: Tiago - 19/04/2010 10:51 - *Quem está nas proximidades do Internacional deve pegar a Beira Rio, atravessar Avenida Rui Barbosa, pegar a Rosa e Silva, Avenida Norte, Cais do Apolo e finalmente cidade.*

De: Marcelo G. Freitas - 19/04/2010 10:27 - *Para quem for ao centro ou ao Recife Antigo, ir pela Avenida Norte que está fluindo normal.*

Sobre as opiniões:

De: Federal- 19/04/2010 13:08 - *Ia passando de carro na Agamenon, justamente quando esse protesto estava acontecendo. Fiquei parado 45 minutos nas imediações do Hospital da Restauração, vendo os “pacíficos” do MST interromperem o trânsito como se todos fossem vadios como eles!*

De: Diana- 19/04/2010 10:00 - *Isso é um absurdo! Essa cidade não tem nenhuma organização nem estrutura para barrar esses protestos que vivem acontecendo e transformando o trânsito num caos pior do que já é. Todos têm direito de protestar, mas não de atrapalhar o direito de ir e vir dos cidadãos. Cadê a polícia e a CTTU? Não fazem nada! Só assistem ao protesto! Absurdo.*



Até quando vamos aguentar? Sem entrar no mérito do próprio movimento, que usa de ideologias para acabar com o patrimônio de pessoas que suaram e trabalharam a vida toda para conquistar. Isso se chama roubo. Ladrões!

De: PeixotoPS- 19/04/2010 10:00 - Parar o maior cruzamento da cidade em plena hora do rush realmente vai ajudar bastante. Depois reclamam quando a população não dá a mínima para a causa deles.

No rádio, através do programa CBN Recife, a cobertura foi similar, inclusive porque modificou toda a pauta preparada para aquela manhã (o programa vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 9h às 10h). O apresentador, jornalista Mário Neto, comandou a produção daquele dia ancorado, em cerca de 90% do tempo dedicado ao programa, nas mensagens via SMS que o celular dos produtores recebia constantemente. Casos de profissionais que abandonavam seus carros ainda no trajeto e seguiam o restante do caminho à pé para não chegar ao trabalho atrasados foram amplamente veiculados e discutidos no CBN Recife. Ao fim, os ouvintes também sugeriram rotas alternativas de tráfego.

Nalva Alves contra 45

Nessa breve apreciação, o que queríamos levantar em discussão aqui não era a possibilidade de um veículo ou de outro com relação à cultura participativa ou apenas uma mera e simples comparação entre as coberturas realizadas, mas, apenas o fato de que um dos veículos (no caso, o impresso Jornal do Commercio) direcionou grande parte dos seus recursos de edição para o desenrolar de uma notícia que, a princípio, não se concretizou na totalidade (embora amplamente coberta, reservou um espaço tímido para ilustrar o caos e a revolta da população de alguma forma atingida pelo protesto).

O fato da dona de casa Nalva Alves ser a única “representante” desse enfoque da notícia no Jornal do Commercio demonstra a percepção que os produtores jornalísticos (em seus vários níveis) tiveram a respeito da possibilidade de apenas uma voz tomar figura, de início, como sendo o espelho dessa parcela de atores envolvidos na notícia. É evidente que características como a instantaneidade e a própria noção de espaço mais expandido – comum aos veículos dispostos no rádio e na internet –, que gerou 45 comentários na web e outras dezenas em quase 1 hora de programação radiofônica, também devem ser levadas em consideração, inclusive se colocadas em contraste com a aparentemente “pouca” possibilidade de se desenvolver essas características no meio



impresso, numa matéria de 30 linhas disposta em quatro colunas e acompanhada de duas fotos. De qualquer forma, neste caso específico, o surpreendente é que os recursos de edição e o conteúdo da matéria não parecem dialogar entre si e esse fenômeno faz com que reflitamos claramente em direção à cultura participativa no meio impresso, em questionamentos como de que forma ela pode ser agregada a essa mídia, ou se já vem sendo agregada, o que pode ser feito para expandir essa cultura. Alguns ainda refletirão se é realmente necessário fazer com que esse conceito seja de alguma forma inserido, difundido ou trabalhado no meio impresso, mas essas são discussões para trabalhos vindouros e que, apenas aqui, ficam no âmbito da sugestão.

Referências

- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- D'ANDRÉA, Carlos. **Colaboração, edição, transparência: desafios e possibilidades de uma “wikificação” do jornalismo**. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo e SILVA, Fernando Firmino (orgs). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2009.
- FELIPPI, Ângela, SOSTER, Demétrio de Azeredo e PICCININ, Fabiana (orgs). **Metamorfoses jornalísticas: formas, processos e sistemas**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2007.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- ROCHA JR., Dario Brito. **Convergência midiática: e agora? e depois? questionamentos sobre informação e opinião no jornalismo**. In: Revista Symposium – Ciências, Humanidades e Letras. Ano 13, nº 2 (jul-dez). Recife: Fasa, 2009.
- TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**. Rio de Janeiro: Record, 1995.