

# Tão perto, tão distante: os desafios do jornalismo cidadão na mídia impressa

*Francisco de Assis*<sup>1</sup>  
*Cidoval Moraes de Sousa*<sup>2</sup>

## RESUMO

Este artigo discute os desafios do jornalismo cidadão praticado por veículos massivos, tendo como objeto de estudo o caderno *Seu Bairro*, publicado pelo jornal Valeparaibano, de São José dos Campos (SP). Foram identificadas as fontes que colaboraram com o primeiro ano de circulação do suplemento e a natureza das pautas publicadas. A metodologia utilizada contempla aspectos quantitativos e qualitativos e faz uso da técnica da entrevista semiestruturada. As observações apontam que a imprensa, embora abra espaço para a participação cidadã, impõe barreiras que dificultam uma ação significativa e comprometida por parte dos leitores.

**Palavras-chave:** Jornalismo cidadão. Mídia impressa. Cidadania. Valeparaibano. Seu Bairro.

## ABSTRACT

This article argues the challenges of the journalism citizen practiced for important vehicles, having as focus the section Your District (Seu Bairro), published for the Valeparaibano newspaper, from São José dos Campos, SP. The sources had been identified that had collaborated with the first year of circulation of the supplement and the nature of the published guidelines. The methodology to this research were quantitative and qualitative aspects and makes use of the technique of the half-structuralized interview. The comments point that the press, even so opens space for the participation citizen, imposes barriers that make it difficult a significant and engaged action on the part of the readers.

**Keywords:** Journalism citizen. Print media. Citizenship. Valeparaibano. Your District.

---

1 Mestrando em Comunicação Social e Especialista em Jornalismo Cultural pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Jornalista formado pela Universidade de Taubaté (Unitau) e pesquisador no Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação (Nupec), na mesma instituição. Integrante do grupo Pensamento Comunicacional Latino-Americano, vinculado à Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Editor da revista Acervo On-line de Mídia Regional. E-mail: francisco@assis.jor.br

2 Doutor em Ciências pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Jornalista pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), instituição onde atua como professor. Autor de vários livros na área da comunicação, entre eles *Televisão regional, globalização e cidadania*, e de artigos publicados em periódicos científicos. E-mail: cidoval@gmail.com.

## Pontos de partida

O advento das novas tecnologias da informação, a facilidade de acesso a elas e os avanços conquistados pelos meios de comunicação geraram novas demandas para o jornalismo. Leitores, telespectadores, ouvintes e internautas não querem apenas receber informações prontas e consumi-las passivamente: querem ajudar a decidir o que vai se tornar pauta e esperam participar dos processos de construção das notícias.

A imprensa brasileira vem, há pouco mais de duas décadas, levando em consideração aspectos significativos dos anseios de seu público-alvo, com a promoção de pesquisas de mercado que revelam interesses e auxiliam a moldar os produtos midiáticos. Mas tal interação ainda parece não ser suficiente para quem está do outro lado das redações: a sociedade espera estabelecer, de fato, diálogo direto com a mídia, na expectativa de também elaborar conteúdos noticiosos, lado a lado com os profissionais da área.

Por essas razões é que surgiu uma nova modalidade de jornalismo, responsável por atender a essa expectativa. Trata-se do jornalismo cidadão, chamado também *jornalismo colaborativo*, feito pelo público e veiculado em diversas mídias, principalmente na internet. Essa veiculação pode se dar de duas formas: autônoma, sem qualquer interferência direta de jornalistas profissionais/empresas do ramo, ou nos veículos tradicionais, em seções/espaços específicos.

No Vale do Paraíba, região localizada entre as capitais de São Paulo e do Rio de Janeiro, o jornal *Valeparaibano* circula às quintas-feiras com o caderno *Seu Bairro*, um suplemento composto por editorias voltadas exclusivamente às cidades de São José dos Campos, Taubaté e Jacareí. Nesse espaço editorial, foi implantada, logo nas primeiras edições, a seção “O leitor é o repórter”, na qual os leitores reivindicam melhorias para os bairros onde residem e/ou narram fatos peculiares a esses locais.

Esta pesquisa se propõe a discutir os desafios da prática do jornalismo cidadão na mídia massiva, com o relato da participação dos leitores na produção do caderno *Seu Bairro*. Também objetiva identificar o perfil das fontes que colaboraram com o primeiro “ano de vida” do suplemento e verificar a natureza das pautas publicadas pelo jornal no período de 1º de setembro de 2005 a 27 de julho de 2006.

A metodologia aqui utilizada aborda aspectos quantitativos e qualitativos. Adota, como técnica, a análise de conteúdo sistematizada por Bardin (1977, p. 21), cujo procedimento intenciona “obter indicadores [...] que permitam a inferência de co-

nhcimentos relativos às condições de produção/recepção das mensagens”. Nessa etapa, foram identificados – do total de 43 textos publicados na seção “O leitor é o repórter”, selecionados como amostra – o perfil das fontes (os leitores-repórteres) e os temas tratados, que sinalizaram alguns pontos para discussão.

O estudo ainda faz uso da técnica da entrevista semiestruturada, proposta por Duarte (2005, p. 66), realizada via *e-mail* com a jornalista Tânia Campelo, idealizadora do caderno *Seu Bairro*. Tal procedimento foi necessário para que se pudesse revelar o processo de implantação do suplemento e, também, para a compreensão de como sua rotina de produção é organizada.

## Jornalismo, participação cidadã e cidadania

Neste trabalho, entende-se o jornalismo como um espaço social estruturado, um campo de força, que pressupõe a existência de um número ilimitado de agentes sociais interessados em tornar mais eficientes suas estratégias de comunicação; um prêmio em disputa, ou seja, as notícias; e um grupo de profissionais especializados que reivindica o monopólio de conhecimentos ou saberes específicos, o que o faz detentor da capacidade de definir o que é e o que não é notícia e dominar os seus processos de construção. (TRAQUINA, 2002).

Nesse contexto, a notícia é resultado de um processo de produção em que diversos agentes sociais exercem um papel ativo, em negociações constantes, em que se definem tarefas como percepção, planejamento, seleção e transformação de acontecimentos em produto/mercadoria. Tais agentes, confrontados com a abundância dos fatos e a escassez de tempo, lutando para impor ordem no espaço e no tempo, acabam criando rotinas de previsibilidade para cobrir os principais fatos noticiáveis para a edição do dia ou da hora seguinte.

A lógica desse processo, como destaca Traquina et al. (2001), reside na hipótese de que um determinado acontecimento pautado pelo campo jornalístico origina a notícia – produto que dá visibilidade à situação – e, na mesma proporção, a notícia também constrói o acontecimento, porque é um produto elaborado que não pode deixar de refletir sobre os diversos aspectos do processo de produção.

Entre os que estudam a questão da cidadania, a compreensão de algumas dificuldades para a construção de um conceito parece consenso. Sorj (2004) destaca, primeiro, a questão das referências que o conceito carrega: a referência empírica, que

compreende a cidadania tal como ela se realiza em cada contexto histórico e social, e a referência normativa, que compreende a cidadania ideal, explicitada nos estatutos legais, associada a sentimentos, valores e expectativas dos agentes sociais.

Considerando as dificuldades para a formulação de um conceito, já expostas por Sorj (2004), compreende-se cidadania, neste texto, como um mecanismo de inclusão/exclusão; a expressão de uma construção coletiva que organiza as relações entre sujeitos sociais, que se formam no próprio processo de definição daqueles que pertencem ou não a uma determinada sociedade politicamente organizada. É como um bilhete, para usar a imagem de Sorj (2004), que se obtém mediante um sistema de critérios, distribuído pelo poder constituído e que garante acesso a uma comunidade nacional.

A cidadania supõe, entre outras coisas, a existência de uma comunidade sociocultural; está associada à expectativa de compartilhar línguas, usos e costumes e tem como metafundamento social a dupla indivíduo-comunidade. O indivíduo é, simultaneamente, uma singularidade – procura maximizar seus interesses pessoais pelo uso de sua racionalidade instrumental – e parte de uma “comunidade sociocultural dotada de sistema de valores e sentido de pertencimento, dentro da qual ele encontra as motivações e o contexto social sobre o qual exerce sua capacidade reflexiva e suas estratégias de inserção social”. (SORJ, 2004, p. 23).

Observa-se, portanto, que a cidadania, como conceito, é emblemática, pois afirma-se como o ponto de encontro do indivíduo e da comunidade, o mecanismo que permite ao indivíduo, ao mesmo tempo, reivindicar sua condição singular, sua liberdade pessoal, e afirmar seu pertencimento a um grupo.

Esse pertencimento implica, entre outras coisas, reconhecer: 1) que sua individualidade depende dos rumos da comunidade, já que o destino do conjunto afetará seu próprio destino; e 2) que a cidadania nunca pode ser passiva e autorreferente, ainda que limitada à defesa da liberdade individual.

Diferentes autores têm defendido a tese de que a sociedade civil revigora-se à medida que são garantidas a diversidade, a pluralidade e a autonomia de sujeitos organizados que se encontram em busca da inserção dos seus interesses na arena pública. (TEIXEIRA, 2001). Mas existe, atualmente, uma forte tendência a buscar, nas organizações autônomas da sociedade civil, a essência da esfera pública por oposição à heteronomia da cidadania, que é definida pelo Estado. A esfera pública democrática deve ser encontrada na interação entre a sociedade civil revigorada e os mecanismos político-institucionais permeáveis a essas demandas e indutores

de políticas públicas transformadoras das relações de poder e das práticas administrativas correspondentes.

Por isso, a democratização da esfera pública deve ter em conta aspectos críticos, como a participação cidadã nas decisões coletivas que afetam a comunidade, resguardada por um corpo de regras conhecidas e, mais que aceitas, coletivamente construídas, em relação à representação dos interesses e à negociação dos conflitos.

De acordo com Leff (2001), em face da globalização econômica, os movimentos da cidadania estão legitimando novos valores e direitos humanos que estão detonando o surgimento de projetos sociais inéditos na história. A cidadania emerge configurando novos atores sociais fora dos campos de atração das burocracias estatais e dos círculos empresariais, que reclamam a autodeterminação de suas condições de existência e a autogestão de seus meios de vida.

Assim, a cidadania surge como uma reação contra a ordem estabelecida, mas sem uma clara condução estratégica de suas ações e avança “numa viagem invernal, onde os ventos com força de furacões fazem girar os cata-ventos sem direção, onde a neve sepulta as pegadas deixadas no caminho”, abrindo espaço impulsionada por um desejo de vida, “entre o sortilégio dos sentidos e os contra-sentidos causados pela perversão do poder no saber”. (LEFF, 2001, p. 125).

A emergência da cidadania, como novo projeto social, possibilita a construção de novas utopias em face do mundo homogeneizado que anuncia o fim das ideologias e da história. A imaginação sociológica e a criatividade política, segundo ele, se confrontam com o desafio de gerar novas estratégias de poder, capazes de colocar em risco as fortalezas construídas em torno dos interesses do capital. Trata-se, portanto, da criação de novos sentidos para a existência, cujo impulso inicial surge da sacudida da opressão física e moral gerada pela racionalidade social dominante.

Já para Teixeira (2001),

a participação cidadã utiliza-se não apenas de mecanismos institucionais já disponíveis ou a serem criados, mas articula-os a outros mecanismos e canais que se legitimam pelo processo social. Não nega o sistema de representação, mas busca aperfeiçoá-lo, exigindo a responsabilização política e jurídica dos mandatários, o controle social e a transparência das decisões... Embora essencialmente política, constituindo-se numa atividade pública de interação com o Estado, distingue-se da atividade política *stricto sensu*, uma vez que se sustenta na sociedade civil e não se reduz aos mecanismos institucionais nem busca o exercício do poder. (p. 30-31, grifo nosso).

O conceito de participação cidadã, portanto, tenta contemplar dois elementos contraditórios presentes na dinâmica política: o fazer ou o tomar parte no processo político social, por indivíduos, grupos, organizações que expressam interesses, identidades, valores que poderiam se situar no campo do particular, mas interagindo num espaço plural; e cidadania no sentido cívico, enfatizando as dimensões de universalidade, generalidade, igualdade de direitos, responsabilidades e deveres.

A dimensão cívica, diz ele, “articula-se à idéia de deveres e responsabilidades, à propensão ao comportamento solidário, inclusive relativamente àqueles que, pelas condições econômico-sociais, encontram-se excluídos do exercício dos direitos, do ‘direito a ter direito’”. (TEIXEIRA, 2001, p. 32).

A participação cidadã é o processo social em construção hoje, com demandas específicas de grupos sociais, expressas e debatidas nos espaços públicos e não reivindicadas nos gabinetes do poder, articulando-se com reivindicações coletivas e gerais, combinando o uso de mecanismos institucionais com sociais, inventados nos cotidianos das lutas, e superando a já clássica dicotomia entre representação e participação. (TEIXEIRA, 2001, p. 32-33).

Sousa e Lopes (2004) e Sousa (2005) estudaram um contexto de participação cidadã na mídia regional e apontaram questões relevantes para um debate não apenas sobre o que a mídia entende por cidadania, de modo geral, mas, principalmente, sobre o que ela entende por participação cidadã. Percebe-se, de modo geral, a simplificação do conceito de cidadania (entendido, quase sempre, em sua dimensão normativa, legal) e o desvirtuamento da noção de participação (entendida, no sentido prático, como participação por telefone, cartas, *e-mails*, fax, e não como um processo dialógico, que gera envolvimento e compromisso).

Tomando por base uma experiência de participação considerada cidadã, numa televisão de natureza regional (a comunidade participava das reuniões de pauta e decidia junto com os jornalistas o que seria notícia durante a semana), os autores chegaram às seguintes conclusões: os jornalistas não se sentem à vontade quando quem sugere o que pode ser notícia não é do campo; a comunidade, apesar de já contaminada pela cultura midiática, tem um olhar privilegiado sobre a realidade, porque sempre parte das suas necessidades imediatas; as empresas resistem menos à participação indireta (do tipo *e-mail*, fax, cartas, telefones) do que à participação direta (reuniões presenciais, discussões olho no olho); as sugestões da comunidade interferem na qualidade e no redirecionamento de determinados assuntos; os modelos que consideram esse tipo de participação tendem a ter menos problemas de carências de pauta (há sempre sugestões em estoque).

Na mídia convencional, há poucas experiências do gênero daquela estudada por Sousa (2005), mas já se pode observar uma quantidade significativa de tentativas de se abrir as arenas dos saberes e fazeres jornalísticos. Destacam-se, dentre elas, os conselhos de leitores, as ouvidorias, os observatórios de mídia, as pautas comunitárias, os grupos focais, entre outros. São, a nosso ver, tentativas de respostas à necessidade que o público (em sentido geral) tem de ter um espaço para si na mídia, não apenas como fonte a ser ouvida, mas como um personagem que tem poder para decidir e produzir o que irá ser projetado no cenário midiático.

## *O Valeparaibano e o caderno Seu Bairro*

O *Valeparaibano* circulou pela primeira vez no dia 6 de janeiro de 1952, em Caçapava (SP). Fundado pelo policial militar e professor aposentado Francisco Pereira da Silva, funcionou regularmente naquela cidade durante dois anos, até se mudar para Taubaté, município vizinho. “Chico Triste”, como era conhecido o fundador, exercia o jornalismo por vocação e, para colocar seu jornal nas bancas, firmou uma parceria com Rubens Lencione, profissional da indústria gráfica, que ficou responsável pela produção do jornal. (HOFF; BORTOLETO, 1997, p. 79).

A mudança do jornal para Taubaté também não foi feliz, principalmente porque a redação foi instalada próxima de dois fortes concorrentes: os jornais *A Voz do Vale do Paraíba* e *A Tribuna*, que, em diversas ocasiões, publicaram textos contra sua permanência na cidade. Após um período de seis meses, Chico Triste convenceu-se (ou foi convencido) de que só havia duas atitudes sensatas a tomar: transferir o jornal para São José dos Campos, cidade em ligeira ascensão, ou vendê-lo. A decisão final reuniu as duas propostas.

O veículo foi comprado por Edward Simões, jovem de uma família tradicional de São José, que havia ficado paraplégico num acidente e resolvera ocupar sua vida com o jornalismo. (PIMENTEL, 2000, p. 78). E assim foi por dez anos. Após esse período – do qual há pouca documentação –, o jornal passou à administração da Rádio Clube de São José dos Campos, que fazia parte do grupo da Rede Bandeirantes, tornando-se uma publicação diária (de terça a domingo).

Passados mais dez anos, em 1975, quem entra em cena são os empresários Ferdinando Salerno e Aquilino Lovato, proprietários de uma empresa de ônibus, que se empolgaram com a ideia de entrar no ramo jornalístico. Compraram o *Valeparaibano* e conseguiram, em plena Ditadura Militar, a concessão para adquirir

uma nova impressora: uma rotativa Harris V 15, capaz de rodar 18 mil exemplares, de 16 páginas em formato *standard*, por hora. Além disso, deram início à construção de uma sede.

Nova mudança ocorreu em 1993, com a morte de Aquilino Lovato. Ferdinando Salerno decidiu se afastar da direção, deixando o jornal sob responsabilidade de seu filho – Fernando Mauro Marques Salerno – e dos filhos de seu ex-sócio – Aquilino Lovato Júnior e Raul Lovato. Com o tempo, alguns desentendimentos levaram as duas famílias a entrarem em conflito judicial e a desfazerem a sociedade.

Atualmente, o *Valeparaibano* circula em 40 cidades da região que compreende o Vale do Paraíba, a Serra da Mantiqueira e o Litoral Norte de São Paulo, com tiragem média de 20 mil exemplares em dias úteis e 32 mil aos domingos. Publica, diariamente,<sup>3</sup> o primeiro caderno (voltado à cobertura regional), o caderno Nacional&Internacional, que inclui os noticiários político e econômico do País e do mundo, e o *Valeviver*, que dá ênfase a conteúdos de cultura e variedades.

O caderno *Seu Bairro*, objeto de análise deste estudo, foi lançado em julho de 2005 com a finalidade de ampliar o espaço para o jornalismo cidadão nas páginas do veículo. Ampliar porque, naquela ocasião, o *Valeparaibano* já publicava uma seção homônima três vezes por semana,<sup>4</sup> além da coluna diária “De olho na rua”, na qual são divulgadas pequenas notas com reclamações de moradores da região e respostas dos setores responsáveis pelos respectivos problemas.<sup>5</sup>

---

3 Além das páginas diárias, o *Valeparaibano* também publica suplementos especiais como *Valeverão*, *Valemontanha*, *Mascotes*, *Educação*, *Design* e *Valesaúde*, além de cadernos comemorativos dos aniversários das cidades da região e outros específicos, como *Indústria e Meio Ambiente*, *Vestibular*, que circulam uma vez ao ano. Semanalmente, às quartas-feiras, edita o suplemento *Turismo*; às quintas-feiras, o caderno *Seu Bairro*; aos domingos, os cadernos *Imóveis*, *ValeTV* e *Valemotor*.

4 A editoria *Seu Bairro* foi incluída no *Valeparaibano* em 19 de abril 1998, quando da publicação de uma matéria assinada pelo jornalista Cláudio Leyria. Mas a ideia de destinar um espaço exclusivo a conteúdos de bairro não foi mérito do próprio jornal: a iniciativa teve como base os modelos já adotados por impressos como *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da Tarde*. Tal estratégia permitiu ao veículo explorar um pouco mais algumas pautas como, por exemplo, um vazamento de água que pode ocorrer em determinada rua, de determinado bairro; no espaço reservado a conteúdos dessa natureza, o assunto ganha maior destaque do que na editoria de *Cidades*. Mesmo com a criação do caderno semanal, a seção continua a sair às quartas e sextas-feiras e, também, aos domingos.

5 Além desses espaços, o *Valeparaibano* ainda incentiva outras duas formas de jornalismo: a editoria semanal *Melhor Idade*, que foi formatada após algumas reuniões com idosos do Vale do Paraíba, e o Conselho de Leitores, implantado em janeiro de 2007, cuja função é avaliar a qualidade do jornal.

Em entrevista concedida a esta pesquisa, a idealizadora do caderno, jornalista Tânia Campelo, explicou que o objetivo desse novo espaço era dar visibilidade maior aos moradores de São José dos Campos,<sup>6</sup> Taubaté e Jacareí.

O caderno *Seu Bairro* adotou um conceito diferente, nele o leitor não é apenas uma fonte de pautas ou personagem ilustrativo da matéria, mas, principalmente, o protagonista das reportagens. Seguindo esta proposta, o caderno destaca projetos, programas e iniciativas desenvolvidas pela comunidade e busca a valorização das pessoas destas comunidades.<sup>7</sup>

A seção “O leitor é o repórter”, parte fixa do caderno, foi oferecida, de início, como espaço para que os leitores pudessem publicar textos e fotografias sobre assuntos interessantes de sua comunidade (um problema ou algo positivo). Porém, a equipe editorial percebeu que dificuldades operacionais impediam que os moradores de São José dos Campos produzissem material próprio.

Apesar dos incentivos, logo percebemos que os leitores não tinham vontade e/ou condições (máquina fotográfica, tempo para escrever, local para redigir seus textos, etc.) de participar desta forma, por isso mudamos a proposta e transformamos o espaço em um “canal” para o leitor falar sobre problemas de sua comunidade que o afetam diretamente. Claro que também ouvimos o “outro lado”, isto é, os órgãos responsáveis em solucionar o problema apontado pelo leitor-repórter.<sup>8</sup>

O *Valeparaibano* não chegou a elaborar uma pesquisa de opinião ou fazer consultas formais para elaboração e implantação do caderno. Tânia Campelo contou que as editorias e outros aspectos particulares do *Seu Bairro* foram definidos com base em sugestões informais oferecidas pelos leitores, que chegavam até a redação por telefone ou por *e-mail*. “Tanto é que, com o tempo, algumas seções criadas foram reformatadas ou excluídas porque não ‘pegaram’”.<sup>9</sup>

## O perfil de quem participa

Esta pesquisa se propôs a identificar o perfil dos atores sociais que participam da seção *O leitor é o repórter*, tomando como base o primeiro ano de circulação do

6 No caso da seção O leitor é o repórter, o conteúdo está voltado exclusivamente aos bairros de São José dos Campos.

7 Depoimento concedido pela jornalista Tânia Campelo, em 11 de setembro de 2007, via e-mail.

8 Idem.

9 Idem.

caderno *Seu Bairro*.<sup>10</sup> A análise abordou um total de 43 edições, pois, embora o suplemento tenha circulado pela primeira vez em 27 de julho de 2005, somente em 1º de setembro daquele ano é que a editoria foi incorporada a ele. Além disso, durante o período citado, alguns números não contaram com tal espaço.<sup>11</sup>

A identificação dos participantes foi feita de modo empírico, com a observação dos exemplares do caderno *Seu Bairro*, que publicaram textos elaborados a partir da apuração feita a “quatro mãos” com os leitores-repórteres. Num primeiro momento, foi registrada a participação de 43 jornalistas-cidadãos,<sup>12</sup> sendo 29 homens e 14 mulheres; posteriormente, essas mesmas pessoas foram distribuídas em categorias, criadas para aproximá-las – da maneira mais fiel possível – de acordo com suas qualificações e formações.

**Tabela 1** – Perfil dos participantes (2005-2006)

Qualificação	Frequência	Representação
Morador (sem identificação)	13	31%
Autônomo	7	16%
Técnico	5	12%
Dona de casa	4	9%
Vendedor/comerciante	4	9%
Estudante	3	7%
Profissional formado	3	7%
Representante comunitário	2	5%
Professor	1	2%
Empresário	1	2%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborada pelos autores.

Os resultados obtidos na primeira fase do estudo apontaram alguns caminhos para a compreensão do papel exercido pelos atores sociais em todo o processo de construção da notícia, ao qual se submete o *Valeparaibano*. E, quando se fala em processo, leva-se em consideração desde o levantamento da pauta até a distribuição do material final, pois, muitas vezes, as fotografias que ilustram as matérias são de autoria dos próprios colaboradores. Também é importante ter em vista que o

10 Período de 27 de julho de 2005 a 27 de julho de 2006.

11 A editoria O leitor é o repórter não foi publicada nas edições de 29 de setembro de 2005, 5 e 12 de janeiro, 16 de fevereiro e 27 de julho de 2006.

12 Entende-se como jornalistas-cidadãos os parceiros dos profissionais que atuam no jornal, isto é, os membros da comunidade que atuam efetivamente na produção de conteúdos noticiosos.

repórter do jornal faz apenas o trabalho redacional, sendo que toda a apuração do fato noticiado e a indicação de outras fontes secundárias são feitas pelo leitor-repórter de cada semana.

É interessante notar que a maior incidência de participantes da seção analisada é de pessoas identificadas apenas como “morador” ou como “leitor-repórter”. E isso se dá por três motivos diferentes: grande parte exerce função de um líder comunitário informalmente, ou seja, não são presidentes de associações de moradores, mas exercem certa influência onde residem; alguns estão fora do mercado de trabalho e, por passarem mais tempo em casa e na comunidade em que habitam, conseguem visualizar melhor os problemas do local; outros, por fim, são aposentados, que também passam boa parte do tempo em contato com a realidade de seus bairros.

Abaixo desse grupo, profissionais que atuam no mercado informal e técnicos sem formação universitária são os que mais se manifestam a respeito da situação do espaço urbano onde moram, certamente por terem uma noção mais ampla da possibilidade que têm de levar suas reivindicações a público, por meio da mídia.

Com relação às donas de casa e aos comerciantes, é válido pensar num fator relevante: a pauta da editoria *O leitor é o repórter* pode nascer tanto de uma manifestação espontânea da comunidade – que procura a equipe de reportagem do *Valeparaibano* por telefone, por carta ou por *e-mail* – quanto pode surgir durante as rondas<sup>13</sup> realizadas frequentemente por repórteres e estagiários; e, por serem feitas durante o expediente, o mais comum é que pessoas que não trabalham fora ou que mantenham seu comércio em casa atendam ao telefone.

Estudantes, profissionais formados e líderes comunitários formais – presidentes de Sociedades de Amigos do Bairro (SABs) e organizações semelhantes – ocupam o mesma posição nesse *ranking*, com pouca expressividade. Nesse caso, algumas questões devem ser levantadas: os estudantes e os profissionais, pelo menos no que se percebe, não têm o costume de se manifestar em favor de suas comunidades, a não ser quando um problema os afeta diretamente. Os representantes comunitários, muitas vezes, estão ligados a partidos políticos e figuras públicas; por isso, preferem

---

13 Ronda é a palavra que designa uma prática comum dos veículos jornalísticos, especialmente os diários. Trata-se da checagem, por telefone, de fatos ocorridos em determinado espaço de tempo (madrugada, dia anterior, semana, etc.). Geralmente, é uma tarefa elaborada por repórteres ou estagiários, que telefonam para uma extensa lista de fontes – pessoais e institucionais – para “garimpar” as informações que se tornarão pauta. No caso do caderno *Seu Bairro*, a ronda é feita com os presidentes de SABs e outros moradores de São José dos Campos, alguns que já são conhecidos da equipe do jornal e outros que têm seus telefones encontrados na lista telefônica.

não se expor no jornal ou, até mesmo, optam por fazer seus pedidos diretamente aos políticos, na expectativa de não fazer alarde e conseguir que determinada obra ou reparo seja feito em pouco tempo.

As categorias *professor* e *empresário* foram colocadas separadamente para que se pudesse observar melhor que, no período de um ano, a participação dessas duas classes quase não existiu.

Em virtude de todas essas observações, compreende-se que os jornalistas-cidadãos que cooperam com o *Valeparaibano* são pessoas com pouca instrução formal e que passam a maior parte de seu tempo envolvidas com o cotidiano dos bairros onde habitam. Embora possam não ter amplo conhecimento do papel exercido pela imprensa, esses atores sociais sabem que podem utilizar o espaço editorial do jornal como uma tribuna, na tentativa de mobilizar os poderes públicos e a própria sociedade civil para solucionar problemas e demais pendências de ordem coletiva.

## A natureza das pautas

O procedimento metodológico para a classificação das pautas encontradas no caderno *Seu Bairro* seguiu os mesmos passos da etapa anterior. Elaborou-se um painel com as 43 reportagens publicadas no período estudado, agrupando-as em categorias que expressam interesses em comum. O resultado alcançado é o que pode ser visualizado na tabela 2:

**Tabela 2** – Natureza das pautas

<b>Tema</b>	<b>Frequência</b>	<b>Representação</b>
Infraestrutura	28	66%
Saúde pública	5	12%
Preservação de patrimônio	2	5%
Trânsito	2	5%
Comemoração	1	2%
Transporte	1	2%
Cotidiano	1	2%
Saneamento básico	1	2%
Campanha	1	2%
Abastecimento	1	2%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborada pelos autores.

Como foi cogitado nas hipóteses levantadas no período anterior ao cumprimento desta investigação, a maioria das pautas sugeridas e trabalhadas pelos leitores-repórteres recai sobre problemas de infraestrutura, ora pela necessidade de implementações, ora pela falta de manutenção. A preocupação principal dos colaboradores, portanto, recai sobre problemas e não em estabelecer diálogos que fortaleçam a identidade do grupo ao qual pertencem.

As sugestões “simples”, por assim dizer, comungam com a proposta editorial do caderno *Seu Bairro*, que se torna um espaço plural e, ao mesmo tempo, que espelha a realidade dos pequenos núcleos urbanos de São José dos Campos. A função do jornalista-cidadão, nesses casos, é a de levar para as páginas do jornal as discussões feitas, anteriormente, em grupos ou em forma de comunicação interpessoal; é uma forma de fazer notícias que realmente sejam necessárias e pertinentes a determinado grupo e em determinado momento.

O mesmo raciocínio vale para as demais pautas, principalmente as de saúde pública, preocupação que assola não apenas as classes mais pobres, assim como: trânsito, transporte, saneamento básico e abastecimento.

Mas duas categorias, em particular, chamam mais a atenção por aparecerem poucas vezes: *cotidiano* e *preservação de patrimônio*. A editoria *O leitor é o repórter* não está aberta apenas a reclamações, mas parece não haver uma preocupação muito grande, entre os participantes, em trazer à tona as singularidades dos locais onde vivem e a inquietação de não permitir que determinados monumentos – arquitetônicos ou naturais – sejam extintos por conta da falta de cuidado.

O traço marcante da seção analisada é, sem dúvida, o diálogo com as comunidades carentes, mais afastadas do perímetro urbano de São José dos Campos. Embora esteja aberta à participação de qualquer pessoa, a maior parte dos que colaboram com sua produção é constituída de atores sociais que se preocupam com o bem-estar coletivo; por isso, os assuntos transformados em reportagens versam sempre sobre temas ligados às necessidades básicas daquilo que se entende por cidadania.

## Considerações finais

Por se voltar exclusivamente para pequenas comunidades, o caderno *Seu Bairro* só tem razão de existir se mantiver um constante diálogo com seu público. Mas para oferecer um produto editorial que vá ao encontro dos interesses dos leitores, o jornal

não só precisa saber o que esse público espera, como também necessita que ele se torne parceiro no processo de construção da notícia.

Ao reivindicar melhorias para o bairro onde mora ou ao procurar preservar os traços culturais do lugar onde habita, o leitor promove uma inter-relação com o veículo jornalístico e, juntos, se tornam multiplicadores das urgências e demandas da cidadania.

Mas, pelo que se observa, a ideia de cidadania que esse tipo de prática estudada indica está mais para o caráter assistencial do que para o inclusivo. Ou seja, o jornal permite, cede espaço, mas a comunidade, o leitor não conquista, só ocupa. Além disso, a prática constatada no jornalismo cidadão não inova em relação ao jornalismo convencional em sua estrutura; o texto (fala, sugestão, carta, etc.) do público é reconstruído, midiaticizado. Numa tradução talvez vulgar, a mídia “engole” o público.

Confirmando o que já foi afirmado anteriormente, as empresas jornalísticas se sentem mais confortáveis criando e fazendo veículos *para* o público do que *com* o público, e o *Valeparaibano* é um exemplo disso.

A prática do jornalismo cidadão na mídia massiva não é tão simples quanto se supõe, pois demanda um contato constante e muito próximo entre o veículo – no caso desta reflexão, o jornal impresso – e a comunidade com a qual se espera firmar uma parceria. O jornalista cidadão precisa, verdadeiramente, se sentir “dono” daquele espaço editorial a ele destinado, para que, assim, possa compreender no que tal exercício pode beneficiar e fortalecer os laços do grupo ao qual pertence.

No entanto, pela leitura feita das fontes que cooperam com o jornal estudado, complementada pelas declarações concedidas pela editora do caderno *Seu Bairro*, percebe-se que o cidadão, por mais que deseje participar da rotina de produção midiática, não possui os instrumentos necessários; em razão disso, sente-se inibido para se aproximar de algo que está tão próximo de si, mas, ao mesmo tempo, tão distante de sua realidade.

A imprensa, por sua vez, embora “estenda seus braços à população”, impõe barreiras que dificultam a ação significativa dos leitores (seja com a exigência de uma fotografia de qualidade, cuja produção não está ao alcance dos moradores do bairro, seja pela formatação de um texto aos moldes jornalísticos tradicionais).

Seria necessário, para existência de um verdadeiro jornalismo cidadão, que a imprensa desse saltos mais ousados e partisse para a participação direta: a que, de fato, muda, reconstrói e experimenta a cidadania.

## Referências

- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005. p. 62-83.
- HOFF, E.; BORTOLETO, S. M. Valeparaibano: perfil histórico do maior veículo impresso da região. *Acervo Mídia Regional – Revista do Nupec (Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação)* da Universidade de Taubaté, Taubaté, ano 1, n. 1, p. 79-85, 1ª sem. 1997.
- LEFF, E. *Epistemologia ambiental*. São Paulo: Cortez, 2001.
- PIMENTEL, M. T. R. *A evolução do jornal Valeparaibano: um estudo de caso sobre a reforma gráfica e editorial ocorrida entre os anos de 1994 e 1998*. 2000. 129 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2000.
- SORJ, B. *A democracia inesperada: cidadania, direitos humanos e desigualdade social*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004.
- SOUSA, C. M. *Geociências, comunicação e cidadania: aspectos da construção de um diálogo numa televisão de natureza pública*. 2005. 224 f. Tese (Doutorado em Geociências) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.
- SOUSA, C. M., LOPES, M. M. Comunicação, ciência e cidadania: diálogos. *Revista Ciências Humanas*, Taubaté, v. 10, p. 25-31, 2004.
- TEIXEIRA, E. *O local e o global: limites e desafios da participação cidadã*. São Paulo: Cortez, 2001.
- TRAQUINA, N. *O que é jornalismo*. [S.l.]: Quimera, 2002.
- \_\_\_\_\_. et al. *O jornalismo português em análise de casos*. Lisboa: Caminho, 2001.