

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

LUCAS SANTOS CARMO CABRAL

**A REPORTAGEM COMO DISPOSITIVO JORNALÍSTICO ESTRATÉGICO NA
INTERNET: O CASO DO *JORNAL PLURAL CURITIBA* EM 2021**

**PONTA GROSSA
2022**

LUCAS SANTOS CARMO CABRAL

**A REPORTAGEM COMO DISPOSITIVO JORNALÍSTICO ESTRATÉGICO NA
INTERNET: O CASO DO *JORNAL PLURAL CURITIBA* EM 2021**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa como parte dos requisitos exigidos para a obtenção título de Mestre em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Engel Bronosky

**PONTA GROSSA
2022**

C117 Cabral, Lucas Santos Carmo
A reportagem como dispositivo jornalístico estratégico na Internet: o caso do *Jornal Plural Curitiba* em 2021 / Lucas Santos Carmo Cabral. Ponta Grossa, 2022.
216 f.

Dissertação (Mestrado em Jornalismo - Área de Concentração: Processos Jornalísticos), Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Engel Bronosky.

1. Jornalismo. 2. Reportagem. 3. Crise do jornalismo. 4. Webjornalismo. 5. *Jornal plural curitiba*. I. Bronosky, Marcelo Engel. II. Universidade Estadual de Ponta Grossa. Processos Jornalísticos. III.T.

CDD: 079.81

LUCAS SANTOS CARMO CABRAL

**A REPORTAGEM COMO DISPOSITIVO JORNALÍSTICO ESTRATÉGICO NA
INTERNET: O CASO DO *JORNAL PLURAL CURITIBA* EM 2021**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa como parte dos requisitos exigidos para a obtenção título de Mestre em Jornalismo.

Ponta Grossa, 28 de junho de 2022.



Prof. Dr. Marcelo Engel Bronosky – Orientador
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof. Dr. Felipe Simão Pontes
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof. Dr. José Carlos Fernandes
Universidade Federal do Paraná

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Declaração de Compromisso Ético com a Originalidade Científico-Intelectual

Eu, Lucas Santos Carmo Cabral, CPF 105.649.639-84, RG 13.096.974-7, responsabilizo-me pela redação do trabalho intitulado “A reportagem como dispositivo jornalístico estratégico: o caso do *Jornal Plural Curitiba* em 2021”, atestando que todos os trechos que tenham sido transcritos de outros documentos (publicados ou não), e que não sejam de minha exclusiva autoria, estão citados entre aspas, com a devida indicação de fonte (autor e data) e a página de que foram extraídos (se transcrito literalmente) ou somente indicados fonte e ano (se utilizada a ideia do autor citado), conforme normas e padrões da ABNT vigentes. Declaro, ainda, ter pleno conhecimento de que posso ser responsabilizado legalmente caso infrinja tais disposições.

Ponta Grossa, 28 de junho de 2022.



Lucas Santos Carmo Cabral

RA: 3100120007018

AGRADECIMENTOS

Dizem que a pesquisa é um processo solitário. Para piorar, meu mestrado foi marcado pelo período de isolamento causado pela pandemia de Covid-19. Mesmo assim, esta dissertação não existiria se não fosse pelas companhias. Agradeço, portanto, pelas companhias.

Agradeço, primeiramente, à minha família, que compartilhou comigo pela maior parte desse período os ambientes que foram, ao mesmo tempo, casa, quarto, sala, cozinha e universidade, sala de aula, escritório, auditório, entre tantas outras coisas. Obrigado ao meu pai e minha mãe, Marco Antonio e Andreia, e às minhas irmãs e ao meu irmão, Leticia, Alice e Tiago, por me apoiarem no caminho e me aturarem nos descaminhos.

Agradeço a Michele, por tudo. Por aceitar dividir comigo as coisas todas e por, apesar das distâncias entre nossas áreas, e às vezes até da distância geográfica, ouvir minhas inquietações sobre o Jornalismo e me deixar ouvir suas conjecturas acerca da Física. Acima de tudo, por topar estar comigo no sistema mais caótico de todos, que é a vida.

Agradeço, ainda, a todos os meus amigos e minhas amigas que me acolheram nos momentos de desespero, me ouviram em canções e compartilharam canções comigo, e, acima de tudo, pelos bons momentos e conversas que pudemos ter quando parecia que o mundo estava acabando.

Agradeço aos meus colegas de mestrado, pelas discussões nas disciplinas e pelas conversas sobre o trabalho e a vida. Convivemos pouco pessoalmente, mas mesmo na distância, vocês foram essenciais no período de pós-graduação.

Agradeço aos professores e professoras do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa que, apesar de não terem obrigação alguma comigo ou com a minha pesquisa, foram responsáveis também por muitas das escolhas aqui manifestadas, pela resolução de muitas dúvidas e pela criação de muitas outras. “A educação é um ato de amor, por isso, um ato de coragem”, como escreveu Paulo Freire no “Educação como prática da liberdade”.

Agradeço principalmente ao meu orientador, professor Marcelo Bronosky, que escolheu fazer comigo este trabalho. Obrigado pelas orientações, pelas desorientações, e pelo apoio na pesquisa e nos demais percalços da vida acadêmica. Se não fosse a parceria, não haveria trabalho.

Registro também um agradecimento especial aos professores Felipe Simão Pontes, Rafael Schoenherr e José Carlos Fernandes, pelos apontamentos realizados no exame de qualificação deste trabalho que auxiliaram o desenvolvimento do restante da pesquisa.

Agradeço às pessoas que fazem o *Jornal Plural Curitiba*. Obrigado por me aceitarem de braços abertos como intruso em suas rotinas e por compartilharem comigo suas trajetórias, seus ideais e seus pensamentos sobre jornalismo. Obrigado por compreenderem as necessidades da pesquisa acadêmica e por reconhecerem a relevância da universidade pública em nossa sociedade. Fica o agradecimento especial para Rogerio Galindo e para Rosiane Freitas que, como gestores, permitiram a execução da pesquisa.

Agradeço, por fim, à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela bolsa. Em meio aos desmontes, é um privilégio ser bolsista e poder me dedicar exclusivamente ao trabalho de pesquisa e às demais tarefas que compõem um programa de pós-graduação.

Que viva la ciencia, que viva la poesía
[...]
Es cierto que no hay arte sin emoción
Y que no hay precisión sin artesanía
Como tampoco hay guitarras sin tecnología

Jorge Drexler – Guitarra y Vos

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo identificar e analisar as características de apropriação da reportagem pelo *Jornal Plural Curitiba*, veículo nativo digital de cobertura local da capital paranaense no ano de 2021. Para isso, discute as noções de reportagem jornalística a partir de textos técnicos e teóricos, passando também por trabalhos mais recentes que pensam a reportagem na internet. Compreende-se que o jornalismo passa por um período de fortes transformações que impactam diretamente a reportagem. Tais transformações são analisadas por uma perspectiva de crises do jornalismo. Se trata de uma crise complexa e que impacta a profissão em três aspectos principais: econômico, de formato e de credibilidade. Toma-se, portanto, a reportagem como um dispositivo para compreender mudanças mais amplas da profissão. O caso do *Jornal Plural Curitiba* é tomado como exemplo para estudar essas mudanças, entendendo que se trata de um veículo jovem e que se apropria estrategicamente da reportagem como um dispositivo de significação e diferenciação no ambiente on-line, marcado pelo excesso de ofertas informativas e hiperconcorrência no mercado jornalístico. Para entender essas características, a pesquisa executa uma metodologia mista, adotando técnicas inspiradas na etnografia e na netnografia, exigência do período de pandemia de Covid-19, nas entrevistas de pesquisa e na análise de conteúdo. Os resultados das técnicas são tensionados entre si para compreender de maneira complexa o fenômeno da reportagem no *Jornal Plural Curitiba*. A partir da análise, foi possível identificar motivadores e limites na produção de reportagem do jornal. Percebeu-se que há intenção de produção de reportagem e que há reconhecimento de seus potenciais estratégicos no jornalismo, como objeto de diferenciação em relação à concorrência, de construção de marca e acúmulo de audiência. Esse reconhecimento, todavia, é tensionado por exigências mercadológicas e outros limitadores, como a necessidade de condições financeiras e de mão de obra para produção desse tipo de material, a busca pelo aumento da audiência e da abrangência do portal. Identifica-se, portanto, embates entre os ideais apresentados pela equipe do portal e aquilo que se dá na prática. Tal embate faz com que as escolhas editoriais sejam pensadas de modo a possibilitar a prática da reportagem sem deixar de lado aspectos de uma cobertura preocupada com a concorrência e a necessidade de cliques.

Palavras-chave: Jornalismo. Reportagem. Crise do Jornalismo. Webjornalismo. *Jornal Plural Curitiba*.

ABSTRACT

This research analyzes the characteristics of the appropriation of journalistic reporting in the *Jornal Plural Curitiba*, a digital native newspaper of local coverage from Paraná's capital, in the year of 2021. Therefore, it discusses the notions of journalistic reporting from technical and theoretical publications, also going through more recent works that study online journalistic reporting. It is understood that journalism is going through a period of intense transformations that directly impact journalistic reporting. Such transformations are analyzed from a perspective of crises in journalism. It is a complex crisis that impacts the profession in three main aspects: economic, format and credibility. Thus, journalistic reporting is taken as a device to understand broader changes in the profession. The case of *Jornal Plural Curitiba* is taken as an example to study these changes, understanding that it is a young vehicle that strategically appropriates journalistic reporting as a device of meaning and differentiation in the online environment, marked by the excess of informative offers and hypercompetition in the journalistic market. To understand these characteristics, the research uses a mixed methodology, adopting techniques inspired by ethnography and netnography, required by the Covid-19 pandemic period, research interviews and content analysis. The results of the techniques are tensioned with each other to understand journalistic reporting phenomenon in a complex way in the *Jornal Plural Curitiba*. From the analysis, it was possible to identify motivators and limits in the production of the newspaper's journalistic reporting. It was noticed that there is the intention of producing journalistic reporting as well as a recognition of its strategical potentials in journalism, as a product that differentiate the newspaper from its competitors, that contributes on brand building and at audience accumulation. This recognition, however, is strained by market requirements and other limitations, such as the need for financial and labor conditions to produce this type of material, the search for an increase in the audience and the scope of the website. Therefore, clashes between the ideals presented by the journalists and what happens in practice are identified. This clash causes editorial choices to be thought in a way that allows the practice of journalistic reporting without leaving aside aspects of coverage concerned with competition and the need for clicks.

Keywords: Journalism. Journalistic reporting. Crisis of journalism. Webjournalism. Jornal Plural Curitiba.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Página inicial do <i>Jornal Plural Curitiba</i> no dia 23 de maio de 2022.....	70
Figura 2 - Organograma do <i>Jornal Plural Curitiba</i>	90
Figura 3 - Média de caracteres e número de textos por mês entre janeiro de 2021 e março de 2022 no <i>Jornal Plural Curitiba</i>	104

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Aspectos analisados nos textos do <i>Jornal Plural Curitiba</i>	106
---	-----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAAE – Certificado de Apresentação de Apreciação Ética

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CEP – Comitê de Ética em Pesquisa envolvendo Seres Humanos

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas

GJOL – Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line

GRM – Grande Reportagem Multimídia

GRPCOM – Grupo Paranaense de Comunicação

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IVC – Instituto Verificador de Comunicação

MP – Medida Provisória

SINDIJOR PR – Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná

UEPG – Universidade Estadual de Ponta Grossa

UFBA – Universidade Federal da Bahia

UPA – Unidade de Pronto Atendimento

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
2 A REPORTAGEM.....	21
2.1 REPORTAGEM: UM FORMATO NOBRE.....	21
2.2 A REPORTAGEM: UM CONCEITO POSSÍVEL.....	26
2.3 REPORTAGEM NA WEB.....	35
2.4 AS TESES E DISSERTAÇÕES SOBRE REPORTAGEM NA INTERNET.....	39
3 JORNALISMO: ENTRE MÚLTIPLAS CRISES.....	44
3.1 UMA CRISE DE FORMATO.....	45
3.2 UMA CRISE DE CREDIBILIDADE.....	50
3.3 UMA CRISE DO MODELO DE NEGÓCIO.....	56
4 PARA ENTENDER O <i>JORNAL PLURAL CURITIBA</i>.....	60
4.1 O VÁCUO DA <i>GAZETA DO POVO</i> EM CURITIBA.....	60
4.2 O SURGIMENTO DO <i>JORNAL PLURAL CURITIBA</i>	65
4.3 A LINHA EDITORIAL DO <i>JORNAL PLURAL CURITIBA</i>	68
5 MÉTODOS.....	72
5.1 UM OLHAR INSPIRADO PELA PESQUISA (N)ETNOGRÁFICA.....	74
5.1.1 A abordagem ao <i>Jornal Plural Curitiba</i>	75
5.1.2 Mobilizando bases etnográficas.....	76
5.1.3 Pesquisando campos virtuais.....	80
5.1.4 Entrevistando jornalistas.....	82
5.1.5 O processo de observação participante e de entrevistas.....	83
5.2 EM BUSCA DAS REPORTAGENS.....	86
5.3 UM CASO PARA PROJETER O TODO.....	88
6 A REPORTAGEM NO <i>JORNAL PLURAL CURITIBA</i>: ENTRE O ROMANTISMO E O PRAGMATISMO.....	90
6.1 MOTIVOS PARA REPORTAGEM.....	92
6.1.1 Um ideal compartilhado.....	92
6.1.2 Construindo uma marca, acumulando audiência e (re)aproveitando conteúdo.....	95
6.1.3 Ocupando espaços vazios.....	97

6.2 LIMITADORES DA REPORTAGEM.....	98
6.2.1 Condições para reportar.....	98
6.2.2 Publicar para crescer.....	100
6.2.3 Para sair dos nichos.....	101
6.3 O QUE APARECE NA PRÁTICA?.....	103
6.3.1 Um retrato quantitativo.....	103
6.3.2 Mergulhando nos textos.....	105
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	111
REFERÊNCIAS.....	116
APÊNDICE A – TRANSCRIÇÕES DE ENTREVISTAS.....	125
APÊNDICE B – EXEMPLO DE TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	204
APÊNDICE C – GUIA PARA AS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS.....	207
ANEXO A – PRIMEIRO PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA.....	209
ANEXO B – SEGUNDO PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA.....	213

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho analisa o lugar da reportagem na internet no *Jornal Plural Curitiba* – jornal nativo digital da cidade de Curitiba, no esforço de identificar as características dessas publicações. A motivação para a pesquisa é o interesse em compreender os impactos do contexto jornalístico atual na prática da reportagem.

A abordagem realizada considera a reportagem como um dispositivo operado estrategicamente pelo *Plural* com objetivo de disputar um lugar no mercado jornalístico local, em um contexto marcado por crises que impactam o jornalismo em diversas frentes. A reportagem surge como uma alternativa em meio ao imediatismo da internet e o cenário de hiperconcorrência.

A pesquisa estuda um jornal ainda jovem, fundado em 2019, em meio a mudanças no jornalismo curitibano. O trabalho pode, portanto, ser útil para o próprio jornal, já que realiza um diagnóstico de sua situação em meio a um contexto de crise jornalística. Além disso, é um estudo pertinente para a comunidade jornalística como um todo, já que investiga um momento de incertezas relacionadas à profissão e ao modelo de negócio adotado por veículos jornalísticos. Oferece contribuições, ainda, para a comunidade de pesquisadores em jornalismo no Brasil e, mais ainda, no Paraná, já que olha para um ambiente específico que é a capital do estado e sua situação em relação ao mercado jornalístico como um todo.

Trata-se de um retrato do *Jornal Plural Curitiba* no ano de 2021. Por sua fundação recente, por seu caráter experimental e pelos impactos da pandemia de Covid-19 no jornal, este estudo acompanhou mudanças na medida em que elas aconteciam, além de identificar planos de curto prazo e resultados de estratégias recém implementadas no portal. A pesquisa possui um objeto dinâmico e que, portanto, exigiu diferentes estratégias metodológicas ao longo do seu desenvolvimento.

Durante o processo de pesquisa, foram identificados três movimentos de escolhas principais:

- a) O objeto científico, que se constituiu ao longo do debate teórico na interface entre a prática da reportagem e o jornalismo na web;
- b) O objeto empírico, o *Jornal Plural Curitiba* – mais especificamente a reportagem no jornal;
- c) As opções metodológicas que melhor atenderiam os objetivos do trabalho;

As escolhas não são isoladas. Constituem-se em seu conjunto, determinadas umas pelas outras, num processo contínuo de problematização. Vale descrever brevemente os movimentos realizados desde o início do Mestrado até a finalização da dissertação, passando pelas principais escolhas, suas motivações, e revelando chaves importantes para o desenvolvimento da pesquisa.

O primeiro movimento se baseia nas características da reportagem levantadas no capítulo dois, tensionadas pelo contexto apresentado no capítulo três. Evidencia-se que reportagem é uma das partes afetadas pelas mudanças no jornalismo e que há necessidade em compreender essas mudanças. Veículos nativos digitais e com redações enxutas não possuem capacidade de competir com a produção instantânea dos grandes meios de comunicação. A reportagem pode representar um modo de fazer jornalismo possível para esses jornais, além de se constituir como um formato “nobre” e qualificado do jornalismo. Esse tipo de produção pode se mostrar, portanto, como alternativa viável ao modo de fazer jornalismo que está preocupado com o imediatismo e a instantaneidade.

A presença da reportagem no jornalismo nativo digital, especialmente naqueles veículos autodenominados alternativos, aparece também em outras pesquisas. Carvalho (2014, p. 128), por exemplo, ao estudar a *Agência Pública* identifica que as reportagens do site se diferenciam do modelo que é preponderante na mídia tradicional, ao mesmo tempo em que se assemelham a um formato já consolidado no jornalismo, presente, principalmente, em revistas. Porém, trata-se de um veículo especializado na produção de reportagens, diferentemente do objeto desta pesquisa, que aposta em uma cobertura generalista.

Uma cobertura generalista, do ponto de vista deste trabalho, está relacionada à intenção de atender um público amplo, não especializado, destacando aspectos da universalidade como trabalhada por Groth (2011) e prezando pela notícia e pelo singular como motivadores da reportagem, não havendo superposição do formato em relação à informação. Trata-se de ofertar um conteúdo qualificado, mas não direcionado ou especializado.

O trabalho de Di Fátima (2021) identifica uma popularização da produção de reportagem na web. O autor percebe um aumento de 2.700% no número de reportagens produzidas de 2012 a 2016 em Portugal e no Brasil. O autor defende que se trata de um quarto momento histórico de fortalecimento da reportagem. Esses momentos foram trabalhados no capítulo específico sobre o assunto. A partir disso, porém, surge outra dúvida: como compreender a reportagem?

A popularização desse modo de fazer jornalismo, além da importância histórica que ele possui, justificam a escolha da reportagem como um objeto empírico. De início, acreditava-se que a indefinição ou a variedade e fragilidade das definições da reportagem se tratava de um problema e que este trabalho teria como um de seus principais objetivos a resolução dele. A busca por uma definição ontológica de reportagem, através da revisão de conceitos anteriores, guiou os primeiros passos da pesquisa.

Trataram-se, portanto, de meses de revisão e leitura de textos como manuais de redação, livros escritos por jornalistas preocupados e envolvidos com a prática, sem um grau elevado de preocupação teórico-científica, até clássicos das Teorias do Jornalismo, além de outros trabalhos, entre teses e dissertações, que trabalharam com um tema parecido.

Porém, se reconhece que o jornalismo se define de modo dialético em movimento constante entre a realidade e o conceito, o objeto e o ambiente. Da mesma forma se define a reportagem. Esse reconhecimento muda também o modo de olhar.

Isso não significa defender uma indefinição, mas compreender que se trata de um objeto em transformação e que a tentativa de revelar sua essência está fora do alcance da pesquisa, se isto se configurar como possível. Trata-se, ainda, de reconhecer que definir o modo como a reportagem existe hoje e em lugares delimitados é, de alguma forma, contribuir com a definição da reportagem. O movimento realizado neste trabalho é, portanto, tão relevante quanto a ideia anterior para a definição do que é a reportagem e o jornalismo, porque a reportagem e o jornalismo também *são* aquilo que *são em determinado contexto*.

Portanto, o trabalho se volta em estudar as características da reportagem, os lugares ocupados por ela e seus modos de existir, hoje, em um veículo nativo digital que explora o formato por diversos motivos, investigados ao longo da pesquisa. É deste lugar que se parte para as demais escolhas: qual veículo poderia representar este movimento? De que forma se pode olhar e analisar esse veículo de modo a extrair contribuições relevantes à teoria?

Respondendo à segunda pergunta: escolheu-se como objeto empírico o nativo digital *Jornal Plural Curitiba*. Entende-se como nativo digital:

os jornais que nasceram exclusivamente na internet, e não aqueles que migraram de uma outra plataforma para o ambiente on-line. Tal ressalva é importante porque se sabe que durante as primeiras décadas de presença na internet, veículos jornalísticos faziam basicamente a transposição dos conteúdos do meio original para o digital (LENZI, 2019a, p. 2).

Além disso, como é demonstrado no relatório de Anderson, Bell e Shirky (2013, p. 66) acerca do jornalismo pós-industrial, algumas características que garantem sucesso de

instituições jornalísticas em um ambiente estável, em outros tempos, podem gerar dificuldade de adaptação às mudanças cada vez mais intensas da área. Os meios que nasceram neste contexto não possuem tais amarras e, supostamente, têm alta capacidade de adaptação e inovação, apesar de não possuírem o capital simbólico e financeiro que os grandes veículos possuem.

Ou seja, para além do fato de não possuir versões em outras plataformas além da internet e ter sido originalmente pensado para este ambiente, espera-se que seja um veículo com capacidade de adaptabilidade às possibilidades da web, além de possuir um caráter inovador e carregar preocupações características do ambiente on-line. Essa condição é relevante pelo interesse da pesquisa em compreender o modo como as características do webjornalismo se entrecruzam com aquelas da reportagem.

A caracterização de nativo digital é uma das motivações para a escolha do jornal como objeto. Além disso, é um portal com uma proposta generalista local, que publica vários textos por dia e que não possui a reportagem como formato principal de publicação.

O fato da reportagem não ser o principal formato do site já revela percepções sobre as estratégias do jornal. Foi necessário, portanto, realizar uma análise ampla do portal para identificar também o lugar que a reportagem ocupa no *Jornal Plural Curitiba*. Afinal, não se tratar de um veículo especializado em grandes reportagens não significa que a reportagem não possa ser um dispositivo estratégico utilizado pelo jornal.

Foram diversos os pontos levados em conta na escolha que considerou o *Jornal Plural Curitiba* um objeto frutífero para esta dissertação: se trata de um jornal menos explorado cientificamente, sendo objeto de um pequeno número de estudos; pode revelar aspectos importantes sobre o ambiente midiático regional onde esta pesquisa se insere; a observação de sua produção revela diferenciais da cobertura do *Plural* em relação ao restante dos veículos de Curitiba; o contexto jornalístico da capital paranaense passou por fortes alterações que fazem da cidade um interessante ambiente a ser analisado; trata-se de um jornal que surgiu na crise; a proximidade com o veículo facilita os aspectos metodológicos da pesquisa; entre outras questões que fazem do *Plural* uma opção viável e relevante.

No decorrer do estudo, percebeu-se que o simples reconhecimento das características dos materiais publicados por um veículo não seria suficiente para compreender interfaces entre a reportagem e o contexto. Notou-se rapidamente a necessidade da realização de entrevistas e observações, que auxiliaram na profundidade do trabalho.

No *Jornal Plural Curitiba*, também se identificam características reincidentes na teoria: trata-se de uma iniciativa autônoma que busca se estabelecer no mercado jornalístico

regional reivindicando independência, sustentado por assinantes e apoiadores, nascido de financiamento coletivo, criado por jornalistas renomados e que também surge como alternativa à *Gazeta do Povo*, maior jornal do Paraná, após sua mudança editorial e de formato.

O capítulo quatro constrói uma imagem mais clara do que é o *Jornal Plural Curitiba* e quais são suas características, evidenciando assim as motivações para a escolha. Antes de explorar mais profundamente tais características e analisá-las, é necessário explicar os métodos escolhidos para realizar a análise.

Propõe-se uma metodologia mista, inspirada por técnicas de diferentes áreas. Compreende-se que, apenas através do cruzamento de técnicas e do tensionamento dos resultados obtidos por elas seria possível alcançar uma visão complexa e crítica do modo como a reportagem é operada pelo *Jornal Plural Curitiba*.

Além de ampla revisão bibliográfica sobre a reportagem e as crises do jornalismo, essa pesquisa realizou observação¹ com duração de duas semanas na redação do jornal, que se organizava de maneira remota durante o período de análise do trabalho, com inspirações da etnografia e da netnografia. Essa técnica possibilitou conhecer a rotina do portal e identificar na prática os modos de operação da reportagem no dia a dia da equipe.

Após a observação, realizaram-se entrevistas com dois dos sócios-fundadores do *Jornal Plural Curitiba* – os jornalistas Rogerio Galindo e Rosiane Freitas – e com três repórteres em atividade no período em questão. As entrevistas permitem reconhecer as intenções da equipe do jornal e as estratégias editoriais adotadas desde o início do portal e atualmente, além de explorar a história do veículo. O tensionamento entre a observação e as entrevistas possibilita explicar determinadas situações e visualizar conflitos e contradições entre aquilo que se diz e o que se faz.

Por fim, foram analisadas ainda as publicações do jornal. Propõe-se uma análise qualitativa das matérias publicadas no período de um mês artificial, composto por semanas de quatro meses diferentes do ano de 2021, e um olhar quantitativo para um número maior de publicações. Essa técnica permite observar como se materializam as intenções dos jornalistas naquilo que é publicado no portal, além de problematizar as relações entre o conteúdo e o modo como ele é produzido, identificando os impactos das motivações e limitações da produção de reportagem no *Plural*.

Consideram-se como objetivos gerais e específicos da pesquisa os seguintes:

¹ A pesquisa passou por análise do Comitê de Ética em Pesquisa envolvendo Seres Humanos. O Certificado de Apresentação de Apreciação Ética (CAAE) do projeto é 53127321.0.0000.0105. Os pareceres recebidos estão anexos ao trabalho.

Objetivo geral:

- Compreender a reportagem como um dispositivo estratégico do *Jornal Plural Curitiba* em meio a um contexto de crises jornalísticas;

Objetivos específicos:

- Tensionar, por meio de diferentes técnicas de pesquisa, o lugar da reportagem no *Jornal Plural Curitiba*;
- Identificar as características do *Jornal Plural Curitiba* enquanto iniciativa jornalística em meio às transformações do mercado jornalístico de Curitiba;
- Sistematizar especificidades da reportagem jornalística no contexto de crise do jornalismo por meio de ampla revisão bibliográfica;

O trabalho se divide em cinco partes principais. A primeira delas está centrada na reportagem em seus aspectos práticos, teóricos e em interfaces entre reportagem e internet. O objetivo deste primeiro capítulo é cercar o objeto da investigação teórica, além de começar a explicitar suas mudanças e agregar características que foram recuperadas durante a análise.

O capítulo três trabalha com três aspectos do ambiente no qual a reportagem se insere. Considera-se como um ambiente de crise em três perspectivas: uma crise de formato, que analisa mudanças na produção jornalística impulsionadas pela internet, como o imediatismo; uma crise da verdade, que recupera visões sobre um ambiente de pós-verdade e desinformação e o lugar do jornalismo nesse contexto; e uma crise de negócio, que está relacionada com as mudanças no modo de financiamento e como isso também impacta na produção. O *Jornal Plural Curitiba* nasceu durante essa crise e é marcado por suas características. As múltiplas crises são trabalhadas de modo a pensar como elas dialogam com a reportagem, tal como foi construída no capítulo dois, e as reflexões servem também para justificar a escolha do *Plural* como objeto empírico.

O quarto capítulo apresenta um retrato detalhado do *Jornal Plural Curitiba* e do contexto de seu surgimento. São apresentadas características de formato e da linha editorial, além de descrever aspectos de uma organização e dos seus principais atores.

O quinto capítulo descreve as escolhas metodológicas do processo de desenvolvimento deste trabalho. Agrega, ainda, revisão teórica das técnicas que inspiraram a

metodologia mista adotada nesta pesquisa: a etnografia e observação, a netnografia, as entrevistas de pesquisa, a análise do conteúdo e o estudo de caso.

O sexto e último capítulo agrega os principais resultados obtidos através da análise, buscando revelar primeiramente as características de operação da reportagem observadas na prática e nas entrevistas e depois tensioná-las com os aspectos encontrados nas publicações do site.

A partir dessa organização, se construiu um trabalho sobre os aspectos da reportagem jornalística e das crises do jornalismo e, especificamente, sobre os modos como o *Jornal Plural Curitiba*, como um caso escolhido pela pesquisa, opera estrategicamente a reportagem em sua prática.

2 A REPORTAGEM

Este capítulo se dedica a investigar a literatura produzida acerca da reportagem jornalística, identificar características recorrentes nos estudos e definir um olhar possível sobre a prática que é adotado nesta dissertação. Esse processo é realizado em diálogo com percepções a partir da observação da redação do *Jornal Plural Curitiba*, das entrevistas com alguns de seus gestores e repórteres e da análise das publicações do portal.

Esta seção se divide em quatro subseções. A primeira delas explora a leitura de autores que escreveram sobre a reportagem a partir de sua experiência prática no ambiente jornalístico ou que desenvolveram manuais sobre o exercício da profissão com o objetivo de orientar profissionais formados e/ou em formação. A segunda seção aborda leituras sistemáticas realizadas por acadêmicos e pesquisadores que já estudaram o tema, oferecendo um olhar teórico para a prática da reportagem. A terceira reconhece movimentos de pesquisa recentes que tratam da reportagem no contexto de transformações tecnológicas formado a partir do surgimento e desenvolvimento da internet. Por fim, a última subseção se concentra em teses e dissertações que também olharam para a reportagem na internet, percebendo suas semelhanças e diferenças em relação a este trabalho.

A partir desta organização entende-se que é possível apresentar de modo sistematizado e diverso as principais abordagens, considerando as especificidades desta dissertação, relacionadas à reportagem no jornalismo.

2.1 REPORTAGEM: UM FORMATO NOBRE

A reportagem ocupa um lugar de prestígio na prática jornalística. Trata-se de uma visão difundida no exercício da profissão, nas reflexões desenvolvidas por jornalistas a partir de suas experiências de vida e nos textos voltados à orientação de jornalistas. Consequentemente, tal status é reconhecido também nos trabalhos acadêmicos².

² Essa relação de prestígio pode ser explicada também pelo olhar da identidade jornalística e do perfil profissional. As reflexões sobre mudanças no perfil dos jornalistas trazem aspectos como a exigência de diploma ou registro profissional como determinantes para a mudança nos modos de se fazer jornalismo. Conflitos dentro das redações entre os “novos” e os “velhos” jornalistas se fazem relevantes para compreender o lugar assumido pela reportagem como essência do jornalismo, com grandes reportagens clássicas e repórteres renomados adquirindo status de cânones na profissão (BERGAMO, 2011, 2020; PONTES, 2015). Apesar de compreender que existe a possibilidade de recuperar esses estudos para analisar a reportagem como dispositivo no *Jornal Plural Curitiba*, optou-se por manter essa discussão para estudos posteriores e possíveis desdobramentos da dissertação.

Vidal e Souza (2010) relaciona o surgimento da reportagem no Brasil com uma mudança no modo de se fazer jornalismo, destacando que os jornalistas passam a escrever sobre o que viram e souberam, e não mais somente sobre coisas das quais ouviram falar. Esse novo formato é um fortalecedor, ainda, da autonomia e da identidade jornalística. Profissionais que, antes, tinham o jornalismo como um trabalho a mais, passam a dedicar todo seu tempo à profissão, algo exigido pela reportagem.

A popularização da reportagem se dá entre os anos de 1940 e 1950 no país (VIDAL E SOUZA, 2010). A época é representativa também de uma ampliação do público jornalístico, popularizando o jornal que, até então, alcançava prioritariamente elites preocupadas com colunas e opiniões políticas. A reportagem se constitui como algo próprio do jornalismo, diferente de outras práticas profissionais ou artísticas.

A dissertação de Magno (2006) parte do princípio do prestígio da reportagem para investigar o que chama de “pasteurização” da reportagem jornalística. A revisão bibliográfica realizada pela autora possui semelhanças com o movimento que será realizado aqui, um caminho que aumenta gradativamente o nível de abstração, partindo de textos práticos para os teóricos. Sua pesquisa reconhece a visão romântica da reportagem enquanto “alma do jornalismo” e diferencia a notícia da reportagem através da metáfora de que, enquanto a notícia está na superfície, a reportagem é um mergulho. Enquanto a notícia é conhecimento, a reportagem é um jeito de conhecer (MAGNO, 2006, p. 21).

A diferenciação apresentada demonstra a maneira relacional pela qual a reportagem se define em muitas abordagens. A reportagem é “mais profunda” ou “mais contextualizada” e, portanto, depende da notícia enquanto algo “mais raso”. Além disso, a ideia de um “jeito de conhecer” remete à prática e aos modos de produção. Os manuais de redação estão preocupados, também, com esses “modos de fazer”. São obras que abordam tanto características de apuração, quanto de formato, apresentação dos materiais, conduta dos jornalistas, aspectos da cultura empresarial, entre outras questões (BRONOSKY, 2010). É a partir deles que se inicia a recuperação proposta neste trabalho.

Porém, é importante ressaltar que não se pode reduzir os manuais às suas definições de formatos e estilos. Eles são materiais complexos e que orientam muitos aspectos da cultura jornalística. Além disso, apesar de se constituírem como regradores da prática, eles não são operados da maneira “como fora determinado pelos interesses de seus idealizadores” (BRONOSKY, 2010, p. 61). Cotidianamente, jornalistas reelaboram os manuais no diálogo entre sua prática e as regras estabelecidas nas obras.

Ademais, os manuais e livros que serão citados a seguir estão situados em um momento no qual a internet e seus impactos na narrativa e nos modos de produção jornalístico eram incipientes. Um dos interesses desta dissertação está em verificar quais são esses impactos. Apesar da ressalva, considera-se que tais definições e caracterizações ainda são relevantes quando se fala de uma prática – a reportagem – historicamente construída enquanto um lugar nobre da profissão. Além disso, foi possível observar as características que se mantiveram ou se intensificaram, apesar das mudanças ocorridas desde que essas formulações foram realizadas.

Segundo a edição de 1996 do Novo Manual de Redação do jornal *Folha de SP*, enquanto a notícia é o “puro registro dos fatos”, preocupada com a exatidão, a reportagem, enquanto “produto fundamental da atividade jornalística”, busca descrever o fato, trazendo relatos de “todas as partes envolvidas” e “se possível, opinião de especialistas”. Segundo o manual, a reportagem é feita por um jornalista que esteve no local onde ocorreu o fato, deve registrar detalhes de personagens e ambientes. Para que o texto seja bom, é necessário que haja rigor na apuração (FOLHA DE S. PAULO, 1996).

No mesmo manual, há ainda uma subdivisão da reportagem: a reportagem especial. O formato “requer extenso e minucioso levantamento de informações”, podendo aprofundar fatos noticiados recentemente ou “revelar um fato inédito com ampla documentação e riqueza de detalhes” (FOLHA DE S. PAULO, 1996).

A mesma visão da reportagem como “a própria essência de um jornal” aparece no Manual de Redação do Estado de S. Paulo de 1997. A reportagem parte da notícia para desenvolver uma investigação que não caberia nela, apurando “não somente as origens do fato, mas suas razões e efeitos” (MARTINS, 1997, p. 254). “A notícia não esgota o fato; a reportagem pretende fazê-lo”³, define o Manual. O manual indica, ainda, técnicas para o desenvolvimento de reportagens que “atendam às expectativas do leitor”⁴. Percebe-se, novamente, que a reportagem depende da notícia nas suas definições.

Ainda entre os manuais, se encontra o texto de Anabela Gradim (2000) produzido como folha de estilo para o jornal digital *Urbi et Orbi* do curso de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior. Ele funciona como um guia para estudantes e se justifica pela necessidade de um material de cunho introdutório, visto ser de um jornal produzido em um curso de Comunicação, com função pedagógica.

³ MARTINS, *loc. cit.*

⁴ MARTINS, *loc. cit.*

A reportagem aparece aqui dentro dos gêneros jornalísticos, como o gênero mais nobre. O objetivo é o mesmo da notícia: informar. Porém, a reportagem busca “tratar o assunto exaustivamente, segundo o ponto de vista adotado, e em profundidade” (2000, p. 67). O tempo de produção é mais longo, o formato é diferenciado, muitas vezes deixando o lide de lado. O formato depende muito de quem redige o texto. É necessário apurar no local onde os fatos acontecem, ou seja, não se faz reportagem à distância. Além disso, a reportagem possui um plano mais detalhado e uma ideia mais “fixa” desde a redação, ao contrário das notícias. Chega-se, outra vez, na relevância do “modo de fazer” a reportagem, muito além do formato em si.

Os manuais permitem reconhecer a reportagem enquanto um aprofundamento da notícia. Algumas das características relevantes são: a ideia da reportagem como essência do jornalismo e como um formato nobre, a relevância da apuração, a necessidade de ter a notícia como ponto de partida e a tentativa de “esgotar um fato” ou aprofundá-lo. Questões que aparecem também no campo teórico do jornalismo e que demandam um tempo maior de produção. Há, ainda, um destaque para a importância de estar no local, de descrever e investigar, características da apuração e que refletem no estilo da escrita – como é o caso da descrição. Gradim (2000) fala da diferença no formato, mas não destaca especificidades para além da possibilidade da não utilização do lide e da necessidade de descrições.

Vale recuperar também textos que refletem sobre a prática a partir de um lugar diferente da academia. Tratam-se de livros produzidos por jornalistas na experiência, no tempo durante o qual desenvolveram a prática e que pensam sobre as características do jornalismo e da reportagem especificamente, algo que classificamos como livros técnicos.

Dentre estas obras, Ricardo Kotscho (2007) ocupa um lugar de destaque. Repórter profissional, representativo de uma identidade da reportagem como estilo de vida, como necessidade do repórter, como missão social, apesar de os percalços enfrentados por quem se dedica à profissão. Kotscho não define a reportagem. Pelo contrário, defende que cada história é uma história e que existem múltiplos modos de se fazer reportagem. Esses modos são determinados diretamente por quem escreve. Trata-se de reconhecer, portanto, a autoria como fator determinante.

Apesar da indefinição, o autor destaca características importantes e divide a prática em tipos. Kotscho fala da relevância do “gancho”, defendendo que os assuntos mais banais podem render boas histórias. A reportagem está, portanto, no modo como se apura e se escreve. A notícia, enquanto gancho, é essencial. Os tipos de reportagem descritos pelo autor (2007) são: as pautas do dia a dia e coberturas cotidianas; coberturas especiais de grandes

acontecimentos; reportagens investigativas; levantamentos, normalmente realizados em equipes, próximos daquilo que se faz com jornalismo de dados hoje; o drama social, mais relevante em jornais mais próximos de suas comunidades, que busca causas e consequências de assuntos diversos, com olhar humanizado; e a grande reportagem, caracterizada por matérias mais extensas que “procuram explorar um assunto em profundidade, cercando todos os seus ângulos” (2007, p. 71), requer grande investimento e, segundo Kotscho, estava desaparecendo dos jornais.

Ricardo Noblat (2006), que foi editor-chefe do *Correio Braziliense*, reflete sobre o processo de realização de um jornal diário e apresenta uma passagem sobre o que diferencia a notícia da reportagem em sua experiência prática.

O jornalista relata que quando trabalhou como repórter no *Jornal do Brasil*, sua primeira reportagem foi “sobre uma peste de grilos que tomou de assalto a pequena cidade de Altinho, no interior de Pernambuco” (NOBLAT, 2006, p. 81) e que só a partir daí entendeu a diferença entre notícia e reportagem. Ele descreve:

Para escrever uma notícia sobre a invasão de grilos em Altinho eu não precisaria ter viajado até aí. Muito menos ter aí permanecido três dias. Eu teria apurado a notícia por telefone. E teria escrito umas trinta linhas. Estaria de bom tamanho para um jornal situado a 2.300 quilômetros de Recife. (NOBLAT, 2006, p. 81)

No entanto, a reportagem citada ocupou uma página inteira com duas fotos. Para escrever, ele relata, entrevistou mais de 50 pessoas. Por fim, define que “a notícia é um relato mais ou menos breve de um fato. A reportagem é um relato mais extenso, abrangente e contextualizado” (NOBLAT, 2006, p. 81).

O nível de detalhamento que a reportagem demanda está ligado às características do seu modo de fazer, com *mais* tempo, *mais* espaço e *mais* informações. Esses fatores permitem que o formato e a linguagem utilizados também mudem. Tais mudanças se materializam nas relações da reportagem com o jornalismo literário, por exemplo. Danton Jobim (1960), responsável pela reforma do *Diário Carioca* e pela adoção de regras de redações americanas, entre outras iniciativas que contribuíram para a modernização do jornalismo brasileiro, já discutia as interfaces entre jornalismo e literatura.

O autor reconhece que as obras literárias se mantêm atuais ao longo do tempo não pelo seu tema, mas principalmente pelo seu estilo. “É a grande reportagem, que tem mais tempo de apuração que uma reportagem ‘de rotina’ pode permitir ao escritor que ordene os dados, policie a linguagem e trabalhe o estilo” (JOBIM, 1960, p. 29). Para além da diferenciação

entre reportagem e notícia, é necessário diferenciar também a grande reportagem de uma “reportagem de rotina”.

O autor não defende que o jornalismo consiga o nível literário da arte. O jornalismo se configura como uma conversa diária, rápida, rotineira, em que não há espaço para subliminidades e ensaios. Porém, a proximidade com a literatura existe em jornalistas e escritores que se dedicam a trabalhar o formato. Ele destaca João do Rio, por exemplo, e sua perenidade, sua publicação em livros e reedições.

O que fez com que esse repórter ganhasse a posteridade foi, a par de seu talento de escritor, a importância literária que atribuiu ao gênero. Trabalhava para construir com os efêmeros materiais jornalísticos uma obra que durasse, que pudesse ser posta em livro, que não valesse apenas como documentário, mas como obra de arte. Apurando bem, não era senão o escritor que se dava, por inteiro, ao jornalismo, que punha o melhor de sua capacidade criadora a serviço do gênero que os outros homens de letras refugavam como inferior. (JOBIM, 1960, p. 30)

Ou seja, se reconhece em João do Rio um habilidoso escritor e jornalista, que dedicou seu talento literário ao jornalismo. As influências não são unilaterais. Muitas obras literárias se aproveitam do estilo direto e objetivo do jornalismo. O que ocorre, porém, é que o repórter “interessa-se pelo acontecimento, vive-o, respira-o, mas, ao narrá-lo, não se deixa dominar por ele” (JOBIM, 1960, p. 40).

A discussão sobre as interfaces entre reportagem e literatura não está encerrada e será retomada na seção seguinte, quando serão recuperadas visões acadêmicas acerca do objeto que, justamente por seu caráter difuso, ocupa páginas em discussões acerca do jornalismo literário e do jornalismo de revista, por exemplo.

2.2 A REPORTAGEM: UM CONCEITO POSSÍVEL

Alteram-se nessa seção os lugares de onde falam os autores, seus objetivos e os métodos pelos quais atingem seus resultados. Alguns desses textos investigam as interfaces da reportagem com o jornalismo investigativo, literário e/ou de revista, por exemplo, revelando possíveis encontros e características compartilhadas.

O jornalismo tomou inúmeras formas e passou por transformações ao longo de sua história. A reportagem também ocupou diferentes lugares dentro da prática jornalística ao longo do tempo, sendo que seu caráter nobre, que ocupou a última seção e se mantém presente nesta, não foi uma constante. As disputas entre o *New York World* e o *New York Times*, com o caráter elitista e conservador adotado pelo segundo e o jornalismo narrativo do

primeiro, são exemplos disso (SCHUDSON, 2010). O *World* se relacionava com um novo modelo de cidades, como organismos vivos e repletos de descobertas a serem feitas, seu jornalismo buscava dar condições para que as pessoas pudessem viver essa cidade.

Foi o modelo do *Times*, porém, que acabou por prevalecer. Isto pode ser devido ao fato de que o jornal conseguiu agradar um público que estava em um patamar mais alto na sociedade (SCHUDSON, 2010). Trata-se, para além de uma disputa econômica, uma espécie de guerra ideológica muito influenciada pelo público que os veículos representavam.

Ao olhar para o *World*, encontram-se indícios daquilo que viria a ser conceituado e valorizado enquanto *New Journalism*. As mulheres que fizeram relatos imersivos para conseguirem trabalhos e espaços em jornais, chamadas de *stunt reporting*, por exemplo, têm seus trabalhos comparados ao jornalismo literário. À época, todavia, o gênero jornalístico era considerado inferior ao ideal da objetividade pregado pelos jornais conservadores (LUTES, 2002).

As leituras dos lugares ocupados pela notícia e pela reportagem no jornalismo, das disputas ao longo do tempo e das transformações, revelam que a nobreza de um ou outro gênero é questionável ou, ao menos, deve ser situada em determinado contexto. Aqui, por exemplo, fala-se da internet enquanto importante meio de comunicação e da instantaneidade enquanto uma de suas principais características (BRADSHAW, 2014), sendo um ambiente propício para a notícia. Ao mesmo tempo a série de reportagens “Vaza Jato”, realizada pelo *The Intercept*⁵, um veículo especializado nesse formato, pautou a agenda noticiosa brasileira e alterou inclusive aspectos da política brasileira, trazendo à tona a relevância desse gênero jornalístico. Os questionamentos realizados nesta dissertação trazem indicações do lugar que a reportagem ocupa especificamente no *Plural* e, de modo geral, no jornalismo na web.

Nilson Lage (2001) identifica as características da reportagem a partir das diferenças que apresenta em relação à notícia, suas técnicas e linguagem. A estratégia contrária também é adotada pelo autor, sendo que a notícia é definida a partir da reportagem. Isso reitera o caráter relacional das definições. Lage (2001) avança em relação aos autores da última seção na apresentação das diferenças entre notícia e reportagem que, para ele, trata de assuntos, enquanto a notícia está preocupada com fatos novos. Na reportagem “importam mais as relações que reatualizam os fatos, instaurando dado conhecimento do mundo. A reportagem é planejada e obedece a uma linha editorial, um enfoque; a notícia, não” (2001, p. 30). Tal definição está relacionada com algumas das características levantadas ao fim da seção

⁵ Disponível em: <https://theintercept.com/series/mensagens-lava-jato/>. Acesso em: 17 de setembro de 2021.

anterior, como a abrangência e a tentativa de esgotar um fato, a presença de um ponto de vista e a relevância do planejamento.

A confusão na definição dos dois gêneros textuais se dá por conta de uma polissemia da palavra reportagem, que serve para designar uma “seção das redações que produz indistintamente notícias e reportagens” (LAGE, 2001, p. 31). Acrescenta-se, ainda, a noção de reportagem enquanto prática, já que a apuração jornalística é também chamada de reportagem, independentemente do gênero textual que será produzido a partir dela. Outro aspecto importante na confusão é a relevância adquirida pela estrutura da notícia, que muitas vezes é adotada também em outros tipos de texto, principalmente na prática diária (LAGE, 2001, p. 31).

Para caracterizar pela diferença, é necessário ter em mente a definição de notícia. Para Lage (2001), a notícia é “o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante, e este, de seu aspecto mais importante” (LAGE, 2001, p. 32). Ela possui dois componentes básicos: um *componente lógico*, sua organização relativamente estável, sua estrutura; e um *componente ideológico*, que são os critérios de valor que a organizam.

A reportagem, portanto, se diferencia a partir desses dois componentes. Ou seja, ela possui uma organização, estruturação, diferente e também critérios de valor alternativos aos da notícia. No primeiro critério, o *componente lógico*, leva-se em conta a liberdade de formato existente na reportagem; o segundo, o *componente ideológico* está relacionado à própria noção de Lage (2001) para a diferenciação, sendo que os critérios de valor da reportagem estão voltados à produção de “conhecimento do mundo”.

Segundo Lage (2001) a reportagem pode assumir duas formas: 1) a da relação entre um fato e fatos anteriores e/ou posteriores a ele; 2) um ensaio que trabalhe “interesses permanentes”. O autor divide a prática em três tipos: são eles a investigação, a interpretação – que apresenta reflexões sobre um assunto a partir dos conhecimentos de uma área específica – e o novo jornalismo – que apresenta características da literatura. Trata-se de mais uma subdivisão dentro da reportagem, para além da reportagem “de rotina” e da “grande reportagem”.

Em livro específico sobre as técnicas da reportagem, o mesmo autor (LAGE, 2011) descreve ainda mais “tipos”, com características específicas, passando pelo especializado, esportivo, político, científico e, por último, a reportagem assistida por computador. O caráter difuso fica ainda mais evidente, considerando áreas de interesse diferentes que levam, conseqüentemente, ao uso de **técnicas** diferentes.

Na definição de Lage (2001), a reportagem, assim como a notícia, depende de um fato de interesse público, de uma oportunidade jornalística, mas se aproveita do momento em que o interesse no fato em si está caindo para tratar do assunto, mais amplo. O intervalo de tempo entre o fato ocorrido e a publicação de uma reportagem é, portanto, maior que o da notícia. Esta característica remete à atualidade, identificada por Groth (2011) como uma das quatro características do jornal. A produção da reportagem envolve definir dentre as notícias aquelas que são mais relevantes.

A reportagem em Lage (2001) se distancia dos ideais da periodicidade e da atualidade – enquanto proximidade entre o acontecimento e a publicação – que são defendidos por Groth (2011) e intensificados pela internet, conforme Fidalgo (2004). Estaria, portanto, alheia à ideia de um jornalismo ideal.

A definição trabalhada por Lage (2001) é também utilizada por Adelmo Genro Filho (2012) para uma breve discussão acerca da reportagem. Genro Filho aborda a prática jornalística a partir das categorias da filosofia clássica alemã, do *singular*, *particular* e *universal*, propondo uma “teoria marxista do jornalismo” e modos para se fazer um jornalismo revolucionário. É uma abordagem que também se baseia na estética marxista aplicada à arte desenvolvida por Lukács (1968 apud GENRO FILHO, 2012).

A partir das definições apresentadas por Genro Filho, o *singular* é o imediato compartilhado, experienciado de modo relativamente direto. O *particular* está no subjetivo, abstrato, culturalmente definido, constituído na atividade social e que carrega em si pressupostos *universais* quase sempre implícitos (2012, p. 168). O autor define o jornalismo como uma forma de conhecimento cristalizada no *singular*.

Na arte, o *singular* também está presente, mas é arbitrário, definido pelo particular e superado por ele. Da mesma forma, no conhecimento científico, todas as demais categorias estão presentes, mas esta alça o *universal*. Ou seja, as três categorias funcionam articuladas e não existem independentes uma da outra. O jornalismo busca, nestes termos, o *singular*. Busca a reprodução de um evento pelo seu lado quase imediato, da experiência. Traz o *singular* como ponto convergente do *particular* e do *universal*, que são negados em sua independência, mas mantidos como horizonte do conteúdo.

A superação do *particular* e do *universal* dentro do singular, segundo Genro Filho, cria um “*singular significativo*”. Ou seja, o material jornalístico não é somente, ao contrário do que se diz, objetivo e totalmente aberto à interpretação do leitor, mas carrega em si um significado de acordo com as relações feitas entre as três categorias que estão em jogo. O

trabalho do autor estuda a notícia e a passagem que aborda a reportagem, embora breve, apresenta algumas características.

A pirâmide invertida define que a escrita jornalística vai do mais importante (no início do texto) para o menos importante. Ao contrário desta representação, as propostas por Genro Filho (2012) são pirâmides em pé e configuram o texto do singular para o particular, na base da pirâmide, revelando a partir dessa relação também o universal. O que muda entre elas é o tamanho da base da pirâmide. A matéria sensacionalista é o exemplo de um conteúdo extremamente singularizado, que reproduz o senso comum. A pirâmide com todos os lados iguais é onde se encontra o equilíbrio, em que há apreensão crítica dos fatos. Por fim, o autor traz também uma pirâmide de base maior que os lados, que representa **a reportagem jornalística como um material que prioriza a dimensão particular do fato e suas articulações, ricas em conexões e contextualização.**

O particular não é preponderante, não se torna independente e nem deve ser o objetivo do texto da reportagem, mas em alguns momentos pode ser atingido. Entende-se a reportagem como saída do singular e com foco nele, mas que cria um particular relativamente independente através de articulações.

A partir dessa reflexão se entende a reportagem como um formato que está na fronteira entre o jornalismo e a arte/literatura, permitindo introdução mais explícita de subjetividades, compactuando também com o caráter autoral. Para que se atinja a particularidade é necessária uma série de métodos que não são apresentados por Genro Filho (2012) mas que podem ser analisados a partir da bibliografia já investigada.

A subjetividade explícita e a autoria na reportagem constituem um viés de discussão para a prática no ambiente on-line, já que cada vez mais esses materiais são produzidos por grandes equipes, muitas vezes compostas por profissionais de outras áreas além do jornalismo. A individualidade, por tanto, perde força na produção.

A discussão de Genro Filho (2012) sobre reportagem é criticada por Pontes (2017) que entende a “independência” do particular como um formalismo do autor. Pontes defende que a reportagem trabalha com mais de uma singularidade, que aprofunda e corrige a apuração a partir delas, e torna um fato cada vez mais complexo. Isso depende de um processo de aproximação com o singular que é consequência das condições de produção.

Pensando, todavia, nos diversos tipos de reportagem, como aqueles apresentados por Lage (2001, 2011), é possível considerar que as descrições de Genro Filho e Pontes estejam relacionadas a “tipos” diferentes. Quando se trata da reportagem de investigação e até mesmo de interpretação, pode-se encontrar a presença de várias singularidades e da complexidade do

fato a partir delas. Porém, na reportagem do novo jornalismo, categoria utilizada por Lage (2001), assumindo a forma de ensaio que revele “interesses permanentes”, pode haver a intenção do jornalista em alçar aspectos da particularidade. Isso se percebe na passagem de Jobim (1960) sobre o jornalismo de João do Rio e da intenção do repórter em criar “uma obra que durasse, que pudesse ser posta em livro, que não valesse apenas como documentário, mas como obra de arte” (p. 30). Mesmo que nesses casos o fato e a singularidade continuem sendo preponderantes, há intenções determinantes. No jornalismo diário, nosso interesse, porém, essa discussão não se faz possível. Afinal:

Um jornalista não espera que a apreensão estética ou científica prepondere ao apresentar uma grande reportagem. Não está em seu pôr esse intento. Da mesma forma, não está no pôr dos leitores e leitoras, em um processo de recepção tipicamente jornalística que eles estão consumindo sob outra totalidade que não a jornalística. (PONTES, 2015, p. 457)

Coimbra (2004) também se esforça em reconhecer “subtipos” de reportagem e sistematizar suas características, tendo como foco o texto impresso. O autor busca olhar para a reportagem enquanto texto, na contramão do que ele reconhece como um padrão nos estudos jornalísticos de olhar o texto “pela sua face externa, sua relação com o mundo, e não como um texto especificamente” (COIMBRA, 2004, p. 8).

O autor (COIMBRA, 2004) divide a reportagem em quatro tipos. São eles: 1. Reportagem dissertativa, normalmente composta por introduções e tópicos frasais, generalizações e exemplos, seguidos de um desenvolvimento e da conclusão. A ideia do texto dissertativo é convencer. Pode conter vários métodos de raciocínio. O autor é parte explícita do texto. 2. Reportagem narrativa, que busca recriar um decorrer dos acontecimentos, como em uma linha temporal. Pode possuir vários focos narrativos. O jornalista pode ser personagem ou narrador, como testemunha, protagonista ou até onisciente. Utiliza noções do estudo de narrativa, como o tempo, o espaço e as personagens. O autor é implícito no texto. 3. Reportagem narrativo-dissertativa e reportagem dissertativo-narrativa, que agrega características dos dois últimos tipos. 4. Reportagem descritiva, bloco e fragmento, possui descrição detalhada do objeto ou fato parado no tempo, como em fotografia. Pode ser descritiva de um personagem, por exemplo, como nos perfis jornalísticos. Contém comparação, detalhamento e metáforas. Também pode agregar características dos dois primeiros tipos.

A definição baseada nos aspectos textuais permite que ela seja utilizada em conjunto com as formas de Lage (2001), já que uma reportagem de investigação pode ser escrita tanto

como narrativa quanto dissertativa. O mesmo vale para as reportagens de interpretação e do novo jornalismo.

Os tipos levantados por Coimbra (2004) coexistem e sua variedade representa, novamente, as múltiplas possibilidades de apresentação da reportagem, que pode estar ligada, também, à característica da liberdade ao repórter.

Considera-se, para a organização dos conceitos, que Lage (2001) fala de modalidades de reportagem, enquanto Coimbra (2004) foca nas formas. A diferença é compreendida pelo grau de abrangência das categorizações propostas pelos dois autores. Entende-se a modalidade como um tipo, uma prática, que envolve desde a concepção e apuração do produto até a escrita, modos portanto. Quando falamos de forma, porém, estamos falando de características que só se materializam no produto final, no texto. Trata-se de uma diferenciação que pode ser relevante no momento de buscar as características e o seu cruzamento pode possibilitar a proposição de categorias específicas.

A partir daqui, passaremos a pensar algumas relações entre a noção de reportagem e outras áreas específicas do jornalismo, considerando que elas compartilham características e que esses conceitos ajudam a refletir acerca dos problemas levantados até o momento, como a intersecção entre jornalismo e literatura ou as variações na periodicidade e na atualidade.

Retornando à questão da periodicidade e atualidade da reportagem e a breve discussão realizada até aqui sobre as características propostas por Otto Groth (2011), pode-se pensar que uma periodicidade diferenciada influencia diretamente no tipo de veículo jornalístico no qual a reportagem será publicada, o que explica sua vinculação às revistas ao longo da história.

A revista, enquanto suporte, está ligada a um tipo de jornalismo que se diferencia do jornalismo diário. Isso se dá tanto pela periodicidade, quanto pela estrutura física das revistas. Os três pontos principais que possibilitam a diferenciação são: o modo como a revista é impressa, seu formato, material e tamanho; a periodicidade estendida e um público normalmente segmentado (SCALZO, 2003).

É dessa especificidade que surge a denominação “jornalismo de revista”, que Benetti (2013) define como:

[...] um discurso e um modo de conhecimento que: é segmentado por público e por interesse; é periódico; é durável e colecionável; tem características materiais e gráficas distintas dos demais impressos; exige uma marcante identidade visual; permite diferentes estilos de texto; recorre fortemente à sinestesia; estabelece uma relação direta com o leitor; trata de um leque amplo de temáticas e privilegia os temas de longa duração; está subordinado a interesses econômicos, institucionais e editoriais; institui uma ordem hermenêutica do mundo; estabelece o que julga ser contemporâneo e adequado; indica modos de vivenciar o presente; define parâmetros de normalidade e de desvio; contribui para formar a opinião e o gosto;

trabalha com uma ontologia das emoções. (BENETTI, 2013, p. 55)

Essa noção é transformada na internet. Algumas dessas características, como uma identidade visual marcante, a relação direta com o leitor e a presença de um conteúdo segmentado por interesses estão presentes em diversos portais. As duas primeiras, inclusive no *Plural*. Outras características, como a definição de parâmetros de normalidade e desvio, são colocadas por Lage (2001) como características do jornalismo.

O conceito foi recuperado para indicar que há uma relação entre o veículo material e o formato dos textos publicados e que, assim como nas definições de reportagem, o jornalismo de revista também se caracteriza por permitir estilos diferentes de texto e tratar de temas de longa duração. A revista se mostrou um lugar propício para o exercício da reportagem, mas a reportagem não existe exclusivamente em revistas. O mesmo vale para discussões que restringem o pensar sobre a reportagem jornalística na web às grandes reportagens multimídia, ou ao *longform*, por exemplo. Essa é uma das justificativas pelas quais o *Jornal Plural Curitiba* foi escolhido como objeto de análise desta dissertação, já que não se caracteriza como um veículo especializado. Com a internet, ademais, tais definições se tornam difusas. Observam-se características do jornalismo de revista nas produções do *Plural*. Porém, a definição de um formato específico de um determinado suporte, inclusive por suas características materiais, não é aplicável.

Outra discussão que apareceu anteriormente é acerca das relações entre jornalismo e literatura, que têm seu foco de reflexões nos estudos sobre o jornalismo literário. O jornalismo literário não é um objeto específico deste trabalho, mas pesquisas da área auxiliam na criação de categorias e identificação de características compartilhadas com a reportagem.

Muitas das definições encontradas quando se pesquisa o jornalismo literário guardam semelhanças com algumas daquelas já levantadas sobre reportagem, no sentido de que adotam a amplitude do tema enquanto característica principal e dificultam a identificação de especificidades.

A influência literária se concentra no princípio do jornalismo, quando escritores olhavam para jornais como espaços de publicação de textos não jornalísticos, de ficção (MARCONDES FILHO, 2000). O jornalismo literário, porém, está necessariamente baseado na realidade e não se trata somente de literatura publicada em jornais.

Pena (2007) levanta sete características principais. São elas: Potencializar os recursos do jornalismo; ultrapassar os limites do acontecimento cotidiano; proporcionar uma visão

ampla da realidade; exercitar cidadania; romper com o lide; evitar definidores primários; e perenidade.

Algumas dessas características já são inerentes do jornalismo diário, outras se assemelham àquilo que se diz sobre a reportagem, como é o caso da perenidade, visto que a reportagem se pretende relevante a longo prazo, a visão ampla da realidade, ultrapassar limites do acontecimento cotidiano e, até mesmo, a ideia de romper com o lide jornalístico. Trata-se de uma definição vaga.

Para Mônica Fontana (2006), os textos do jornalismo literário mantêm semelhanças com a literatura de ficção. A autora destaca algumas relações entre um romance-reportagem e um romance de ficção: ambos possuem significado histórico; tratam de temas amplos; almejam o conhecimento da realidade humana, “privilegiam o tratamento estético como forma de garantir prazer à leitura e tecem a trama pontuada pela reflexão de um tema que representa valores permanentes, ou pelo menos duradouros.” (FONTANA, 2006, p. 7)

Para a autora esse tipo de jornalismo é capaz de revelar uma realidade social mais ampla, recriada pelas múltiplas vozes presentes no texto (FONTANA, 2006, p. 8). Novamente, a característica da amplitude dos fatos e das multiplicidades de fontes se repete.

Lima (2008) define o jornalismo literário como uma:

modalidade de prática da reportagem de profundidade e do ensaio jornalístico utilizando recursos de observação e redação originários da (ou inspirados pela) literatura. Traços básicos: imersão do repórter na realidade, voz autoral, estilo, precisão de dados e informações, uso de símbolos (inclusive metáforas), digressão e humanização. Modalidade conhecida também como Jornalismo Narrativo (LIMA, 2008, p. 1).

Entende-se, portanto, o jornalismo literário como uma modalidade da reportagem. Através desta recuperação identificam-se algumas de suas características, para além do que já se encontrou em Lage (2001) a respeito da modalidade “novo jornalismo”.

Seguindo na caracterização das modalidades, outro conceito articulado ao da reportagem é o de jornalismo investigativo. “É possível entender o jornalismo investigativo como uma forma de reportagem extensa que exige longo tempo de trabalho na apuração das informações por parte dos repórteres” (AGUIAR, 2006, p. 74).

Hunter (2013, p. 8) reconhece como uma característica a busca por tornar públicas questões ocultas. Segundo o autor, para além do trabalho de apuração, a escrita também é importante e definidora do impacto que a reportagem possui (2013, p. 9).

A característica da investigação e da profundidade da apuração é comum nas definições sobre a reportagem, jornalismo literário e jornalismo investigativo. O que é

peculiar do jornalismo investigativo é a necessidade de revelar algo que está, muitas vezes, de maneira intencional, oculto. Ou seja, revelar aquilo que se quer esconder.

Nesta seção foram destacados entendimentos sobre a reportagem de alguns teóricos do jornalismo, além de mobilizar conceitos que partilham características com a reportagem de forma ampla, como o jornalismo de revista, o jornalismo literário e o jornalismo investigativo. Vale recuperar, como um artifício didático, algumas das principais definições das subdivisões de reportagem identificadas neste capítulo. Isso ocorre de acordo com suas características gerais (LAGE, 2001) ou de acordo com as especificidades de linguagem (COIMBRA, 2004).

Lage (2001) identifica três modalidades. A **reportagem investigativa**, que apresenta relação entre um fato e fatos anteriores ou posteriores a ele. Esse tipo de reportagem pode ser aprofundada através da recuperação das características do jornalismo investigativo. Busca revelar algo que está escondido, constitui uma reportagem extensa e com longo tempo de apuração. A escrita tem papel fundamental no impacto da narrativa final. A **reportagem interpretativa** trabalha interesses permanentes de um fato, normalmente a partir de uma área do conhecimento. Por fim, as reportagens do **novo jornalismo ou jornalismo literário** carregam características da literatura, privilegiando o tratamento estético do texto, trazendo múltiplas fontes, buscando retratar uma realidade ampla na qual o repórter imerge, trazendo voz autoral, símbolos e metáforas, digressão e humanização, além de buscar precisão nos dados.

Já Coimbra (2004) define quatro formatos textuais. A **reportagem dissertativa**, que é normalmente composta por introdução, desenvolvimento e conclusão. Possui o convencimento do leitor em seu horizonte. O autor é parte explícita do texto. A **reportagem narrativa** recria uma sequência de acontecimentos, em uma linha do tempo. O autor está implícito. A **reportagem narrativo-dissertativa e reportagem dissertativo-narrativa** agregam características dos dois últimos tipos. A **reportagem descritiva, bloco e fragmento** possui descrição detalhada de um objeto parado/congelado no tempo.

2.3 REPORTAGEM NA WEB

Parece contraditório – depois de tudo que se falou sobre a necessidade de um tempo maior de apuração, do interesse pelo assunto, que sobrevive depois do fato, e até mesmo da

menor intensidade na periodicidade ou na atualidade – falar da reportagem na internet, um meio que tem como uma de suas principais características a instantaneidade (BRADSHAW, 2014) e é capaz de aproximar o jornalismo dos ideais da periodicidade e da atualidade (FIDALGO, 2004; GROTH, 2011).

Todavia, a reportagem na internet é tema recorrente em estudos. A internet facilita a imersão, permite uma perenidade do conteúdo, visto que ele pode ficar disponível por muito tempo, possibilita a recuperação histórica e a contextualização através da memória (PALACIOS, 2015) e não possui limitação de espaço. Essas são apenas algumas das características que ampliam as potencialidades da reportagem na internet.

Um conceito que busca trabalhar esse paradoxo é o de *longform*, que segundo Fischer (2013, on-line), citada por Longhi e Winques (2015, p. 112), define textos aprofundados, que vão além da produção diária, e que constituem “narrativas atraentes, frequentemente com elementos multimídia”. Trata-se de um formato que agrega as características da reportagem escrita e elementos multimídia, indo na contramão do imediatismo encontrado no jornalismo on-line.

O principal artifício do *longform* é a profundidade, se destacando pela “apuração, contextualização e aprofundamento” e propondo uma “leitura mais lenta e um leitor disposto a dedicar tempo para a mesma” (LONGHI; WINQUES, 2015, p. 113). O que diferencia a ideia de *longform* da reportagem em si é, portanto, o meio de publicação e o uso de elementos multimídia. Esses elementos, apesar de serem colocados como secundários pelas autoras, ganham destaque nos estudos realizados sobre o formato, tanto é que a nomenclatura “Grande reportagem multimídia” assume destaque no Brasil.

Essa discussão das semelhanças entre o *longform* e o jornalismo literário ou o jornalismo de revista aparece em Fischer (2013) quando ela responde a opinião de James Bennet, editor da *The Atlantic*, de que o termo *longform* não atrai leitores. Bennet propõe o uso de *new journalism* ou *magazine writing* como melhores descritores daquilo que o leitor encontrará. Um dos entrevistados pela autora crê que o uso de um novo termo se dá pela variedade de formatos que se encontra na internet. Chris Jones, em entrevista para Fischer (2013) diz: “Quando você compra uma revista, você sabe o tipo de histórias que estarão lá, você não precisa explicar. Mas se você diz, ‘ah, eu li uma ótima história na internet’, você não sabe se é uma apresentação de slides, um post em um blog ou um material de 10 mil palavras” (FISCHER, 2013, on-line, tradução nossa)⁶.

⁶ No original: “If you buy a magazine, you know the sorts of stories that are going be in there — you don’t have to explain it. But if I tell you, ‘Oh, I read this great story online,’ you don’t know if that’s a slideshow or a blog post or a 10,000-word piece.”

O termo *story*, porém, na língua inglesa não diz muito sobre o formato do material. Já “reportagem”, como vimos, traz consigo uma noção tanto sobre o modo de fazer, quanto sobre características do texto. Por isso, outra nomenclatura encontrada para definir tipos parecidos de material é Grande Reportagem Multimídia (GRM). Lenzi (2019b) defende a reportagem, compreendida como um trabalho nobre independentemente da plataforma, como um lugar para inovação e experimentação no jornalismo on-line. O autor destaca ainda que as rotinas produtivas dificultam a ousadia em matérias de rotina e que, por isso mesmo, a reportagem surge como um espaço propício para experiências.

O pesquisador (LENZI, 2019a) apresenta um panorama sobre esse tipo de material na web ao longo da história, suas características e os espaços que ocupa. Parte-se das primeiras iniciativas, que utilizavam a tecnologia *Flash*⁷, passando pela *Snowfall*, do *The New York Times*, chegando a iniciativas brasileiras na *Folha de SP*, *UOL Tab* e o nativo digital *Nexo Jornal*. O autor demonstra interesse pela inovação e uma exaltação do uso de características como o multimídia, por exemplo, na criação de histórias.

Além disso, Lenzi (2019a) também utiliza o termo *longform* para definir alguns dos materiais por conta da presença de longos textos. Se, conforme a análise de Fischer (2013), o *longform* não é caracterizado apenas por uma grande quantidade de palavras ou caracteres, por que o termo é utilizado para enquadrar materiais que alcançam determinadas marcas? “São 8.900 palavras, ou 54.600 caracteres contando os espaços, em um exemplo clássico de *longform*” (LENZI, 2019a, p. 292).

Não se trata de questionar a validade dos termos ou dos estudos, mas de compreender que seus usos precisam ser mais bem avaliados e que o método de análise e apresentação das características desses materiais precisa dar conta de mostrar suas singularidades, para além do tamanho do texto.

Uma das conclusões de Lenzi (2019a) é de que as GRM estão cada vez mais visuais e que a realidade virtual e a imersão são um “respiro de inovação” (LENZI, 2019a, p. 294). A partir dessa observação, pode-se entrar em um terceiro conceito que ganha força: o Jornalismo Imersivo.

A emoção e as sensações, muitas vezes descartadas durante a história do jornalismo que preza pela objetividade e a razão, passam a ganhar força (WAHL-JORGENSEN, 2020). A imersão não é algo novo e a reportagem jornalística, como vimos nas últimas seções, sempre buscou maneiras de sensibilizar leitores.

⁷ *Software* da Adobe utilizado para produção e execução de animações e conteúdo interativo para a internet.

A imersividade de que se fala na internet atualiza a característica que já aparecia, por exemplo, no jornalismo literário. Na teoria, a noção mantém a necessidade da “imersão do repórter na realidade” (LIMA, 2008) e acrescenta a experimentação com tecnologias imersivas como a Realidade Virtual e a Realidade Aumentada⁸ (DOMÍNGUEZ, 2017, p. 2). A imersão ganha outro significado com as novas tecnologias, que são capazes de colocar o usuário em um espaço, possibilitam uma experiência que estimula que as pessoas se importem mais com aquilo que é reportado (DOMÍNGUEZ, 2017).

O estudo de Domínguez (2017) demonstra que a tecnologia não é o único modo de gerar imersão e não funciona de maneira isolada. É necessário que a tecnologia contribua com a narrativa. Pode-se falar o mesmo sobre a prática do jornalismo literário. Como se identificou, o uso de artifícios da literatura é apenas uma de suas características, dependendo de uma série de outras práticas responsáveis pela criação de uma narrativa envolvente.

Tal constatação condiz com o que é recuperado de Salaverría (2019) por Longhi e Lenzi (2017):

O verdadeiramente imersivo em uma história jornalística não é sua apresentação gráfica, mas sim sua estrutura narrativa. Antes que chegassem todas as tecnologias atuais, tínhamos exemplos de textos em que você consegue arrastar o leitor para dentro de uma história. Para mim, isso é imersivo de verdade (Salaverría, 2016 apud LONGHI; LENZI, 2017, p. 9)

No mesmo trabalho, com foco em narrativas de realidade virtual, Longhi e Lenzi (2017) reconhecem que esse tipo de narrativa inovadora ainda está restrito a veículos estruturados financeiramente, por conta do investimento em tecnologia. Mesmo assim os autores reconhecem a inovação tecnológica como aliada para a reportagem, sem deixar de lado algumas características de origem já citadas aqui. Através de Orihuela (2015), reconhecem ainda que, por conta da facilidade na geração de discursos por parte dos mais diversos atores, o jornalismo precisa se diferenciar por meio da excelência e da inovação nas narrativas (ORIHUELA, 2015 apud LONGHI; WINQUES, 2015).

O que importa nesta seção especificamente é a identificação de trabalhos que olham para a reportagem na web e identificaram possíveis características de suas manifestações. Pouco se fala sobre as peculiaridades da reportagem e se dá atenção exclusivamente aos artifícios do webjornalismo, criando-se uma listagem das características encontradas e tecendo críticas ao fato de que o veículo analisado não se aproveita de todas as possibilidades oferecidas pela web ou das sete características do webjornalismo organizadas por Canavilhas

⁸ Realidade virtual é uma realidade fabricada através do computador. A realidade aumentada consiste na sobreposição de elementos reais e virtuais.

(2014). Identificar a presença, ou não, dessas características não é um problema, mas é preciso discuti-las em interface com práticas jornalísticas já reconhecidas e com a eficiência da narrativa.

Na tentativa de sistematizar as definições apresentadas até o momento, são três manifestações reconhecidas na literatura que constituem ligações com a reportagem jornalística. São elas: o *longform*; a **grande reportagem multimídia**; e o **jornalismo imersivo**. Todas, mesmo que tragam particularidades da apuração, estão voltadas ao formato. A seguir, serão listadas algumas das características possíveis de cada um destes formatos.

O *longform* tem como características: - Profundidade da apuração; - Texto com grande quantidade de caracteres; - Uso de multimídia como complemento ao texto.

A grande reportagem multimídia possui: - Multimídia assume centralidade; - Conteúdos cada vez mais visuais; - Abrange também o formato *longform*.

O jornalismo imersivo: - Exige a imersão do repórter na realidade; - Possibilita a imersão do usuário na mesma realidade por meio de recursos narrativos e/ou, atualmente, do uso de tecnologias, como a realidade virtual e a realidade aumentada; - Utiliza a sensação para que o usuário se importe com a realidade retratada; - Requer maiores recursos financeiros para a aquisição de ferramentas modernas⁹ e um conhecimento técnico para o tratamento da narrativa;

Os três formatos compartilham características entre si e com a ideia de reportagem jornalística. A grande reportagem multimídia depende do caráter multimidiático da internet e as outras duas, apesar de seu surgimento anterior à web, têm como justificativa para sua popularização e recuperação a utilização da tecnologia como intensificadora de suas características principais, como a profundidade, contextualização e experiência.

2.4 AS TESES E DISSERTAÇÕES SOBRE REPORTAGEM NA INTERNET

Além de olhar para trabalhos específicos no referencial teórico da pesquisa, esta dissertação realizou também um olhar panorâmico para as teses e dissertações que apresentam preocupações semelhantes. Objetiva-se com a iniciativa compreender quais são os entendimentos e diferentes abordagens aplicadas à reportagem em investigações anteriores.

Para este processo, utilizaram-se os dados públicos disponíveis no portal de Teses e Dissertações da Capes. O sistema on-line impede a busca por palavras-chave específicas, o que dificulta um recorte preciso dos trabalhos que fariam parte da investigação. Por isso, os

⁹ Isso pode ser discutido, especialmente com o barateamento de produtos como câmeras 360° portáteis.

dados foram organizados em planilhas. Os trabalhos que nos interessam são a partir do ano de 1995, quando surgem as primeiras iniciativas de jornalismo na internet no Brasil¹⁰, até 2018, último ano disponível no banco de dados.

Os trabalhos foram filtrados inicialmente pela presença do termo “reportagem” nas palavras-chaves. A busca resultou em 102 trabalhos que se preocuparam o suficiente com a reportagem a ponto de colocá-la em suas palavras-chaves. Posteriormente, foram mantidos trabalhos que, além do termo reportagem, apresentam os termos “internet”, “web”, “digital”, “on-line”, “blogs” e/ou “redes sociais”. A partir de tal recorte, concentram-se nove teses ou dissertações.

Seis trabalhos são dissertações, duas do programa de pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, duas do programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora e duas do programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba. Três trabalhos são teses, do programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista de Bauru, de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e de Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

O primeiro trabalho encontrado é de 2011. O ano de 2018 concentra quatro pesquisas. Com um número reduzido de trabalhos e sem a necessidade de aplicar novos filtros, foi possível evidenciar as informações que mais interessam. A tabela final concentrou: título, autor, universidade, ano, palavras-chave e resumo.

A partir dessa nova tabela, realizou-se a leitura dedicada de títulos, resumos e palavras-chaves na busca de aspectos específicos que mais tarde foram organizados em uma nova tabela com método utilizado, abordagens (teorias e autores) e objeto empírico, além de identificar padrões e divergências.

É necessário fazer uma ressalva com relação à técnica utilizada para a seleção dos trabalhos. A tese de Lenzi, por exemplo, de título “Inversão de papel: prioridade ao digital como um novo ciclo de inovação para jornais de origem impressa” tem interesse em Grandes Reportagens Multimídia. Sabe-se disso por conta da trajetória de Lenzi na pesquisa sobre o tema, mas ela não entrou no recorte porque suas palavras-chave são “Jornalismo digital”, “Convergência” e “Inovação”.

¹⁰ Uma descrição detalhada da abordagem aos dados, que também resultou em artigos sobre outros temas, está disponível em: ENGEL BRONOSKY, M.; SANTOS CARMO CABRAL, L. 25 anos de teses e dissertações brasileiras sobre jornalismo na internet. *E-Compós*, [S. l.], 2022. DOI: 10.30962/ec.2563. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2563>. Acesso em: 4 maio. 2022.

A ressalva é reflexo de uma falta de padronização e rigor no uso de palavras-chave dentro das ciências sociais (LIMA GONÇALVES, 2008). Todavia, tais defeitos não diminuem a relevância dos termos como “pontos de acesso pelo qual um item é localizado e recuperado” (LANCASTER, 1993, p. 5 apud LIMA GONÇALVES, 2008), úteis para que o leitor decida se o artigo se enquadra nos seus interesses e busquem documentos similares na *web*, por exemplo (LIMA GONÇALVES, 2008, p. 6), especialmente em grandes bancos de dados.

Ou seja, apesar de se identificar problemas no uso exclusivo das palavras-chave para consulta, deve-se levar em conta que elas representam “breves resumos de um texto” (ERCAN; CICEKLI, 2007, p. 1075, tradução nossa) e que, apesar dos resumos, por exemplo, fornecerem mais informações, “o resumo pode não servir para algumas aplicações por conta das estruturas complexas de frases” (ERCAN; CICEKLI, 2007, p. 1075, tradução nossa¹¹) e, nesses casos, as palavras-chaves são alternativas viáveis. Por isso, em virtude do grande volume de dados e do teor da análise, optou-se nesse trabalho pelo uso dessa estratégia metodológica.

Três trabalhos, dois que estão entre os mais antigos, de Lenzi (2011) e de Trasel (2014), e um mais recente, de Albuquerque (2018), têm seu foco direcionado para o trabalho dos jornalistas, como ele se transforma com as mudanças tecnológicas e nas crises que são geradas por elas. Tais trabalhos têm como estratégia metodológica comum a entrevista com os jornalistas. Ou seja, o objeto está nos produtores, mais do que no produto. O trabalho de Albuquerque (2018) investiga as dificuldades das empresas no desenvolvimento de Grandes Reportagens Multimídia (GRM). Os dois mais antigos trabalham com a adaptação e mudanças de veículos. Lenzi (2011) observa a adaptação de uma equipe às produções multimídia e Trasel (2014) investiga o jornalismo de dados e as influências da ética hacker no *ethos* jornalístico.

Os demais, seis trabalhos, abordam os produtos de diferentes maneiras. Alguns estão comprometidos com um objetivo que também perpassa esta dissertação, valorizando estudos anteriores e o modo como características propostas anteriormente se mantêm e convivem com novas tecnologias e possibilidades. Outros trabalhos realizam abordagens diferentes.

O trabalho de Passos (2015) trabalha com o conceito de “mônadas abertas” (PERNISA JÚNIOR, 2013) e busca evidenciar a relevância das relações entre meios e entre os meios e

¹¹ Trecho completo no original: “Keywords can be considered as brief summaries of a text [...] Although a summary of a text is capable of providing more information about the text than keywords of the text, the summary may not be suitable for some applications due to the complex structure of sentences. Keywords are not replacements for summarization but alternative summary representations that could be consumed by other applications more easily” (ERCAN; CICEKLI, 2007, p. 1075).

usuários na construção da narrativa, tentando entender a estrutura de três webreportagens. O principal termo utilizado é o de “especial multimídia”, como algo que se assemelha à reportagem, mas não é. No resumo, o autor revela preocupação em destacar algumas características do jornalismo literário e interpretativo. A metodologia não é expressa, mas entende ser uma aproximação entre reflexões teóricas e práticas.

Medeiros (2016) volta seu olhar ao jornalismo de dados. Seu objetivo é entender de que forma as técnicas utilizadas para extração e tratamento de dados podem ser trabalhadas em conjunto com técnicas da reportagem on-line, identificando quais são essas técnicas (de análise de dados) e os elementos da reportagem, no ambiente on-line e anteriores a ele. As características da reportagem na internet que são destacadas são a interatividade, hipermedialidade, temporalidade e transculturalidade. Sobre elementos anteriores, a autora destaca o contexto e a mensagem que está no meio. A metodologia citada é de análise multifatorial, utilizando métodos mistos, quantitativos e qualitativos, que privilegiam a interpretação textual e visual.

O trabalho de Baccin (2017) é uma análise de três reportagens multimídia em busca de um cruzamento entre as características do hipertexto jornalístico e da reportagem hipermídia que seja capaz de demonstrar um perfil da reportagem multimídia. Quanto a reportagem como um todo, para além do digital, Baccin está preocupada em compreender de que modos tais características potencializam, especialmente, a contextualização das histórias. Nenhum autor é citado no resumo. Trata-se de uma abordagem com maior foco no formato e que se aproxima da proposta aqui apresentada.

Garcia (2018) traz características do jornalismo literário para o trabalho, procurando entender como se configuram as reportagens seriadas atualmente. Para isto, são analisadas cinco reportagens, uma de cada região do país, além de uma produzida na região onde a pesquisa foi realizada (Sorocaba, SP). Trata-se de uma análise de conteúdo e, para falar sobre jornalismo literário, são utilizados Lima (2009, 2016), Martinez (2008, 2016, 2017) e Bak (2011, 2018). A internet, porém, com base apenas no resumo, parece ficar em segundo plano, já que a autora apenas verifica se há ligação entre o meio impresso e o digital, sem olhar para a produção digital de fato.

A pesquisa de Decanini (2018) também estuda o jornalismo literário a partir da metodologia da análise de conteúdo. O diferencial, todavia, é que o olhar é específico para a internet, utilizando o conceito de reportagem *longform* (Longhi, 2015). O objetivo está na identificação de características do jornalismo literário, com os dez pilares trabalhados por Lima (2009), nessas produções. O objeto são os textos mais longos de cada ano publicados na

BBC sobre o BRICS. Segundo a autora, se identifica mais força nos estudos de jornalismo literário do que nos estudos sobre o formato *longform*.

Por fim, o último trabalho da lista, de Ito (2018), que foi publicado também em livro, analisa a seção “UOL TAB”, de reportagens hipermídia, do portal de notícias *UOL*. O método da autora é uma abordagem sistêmica, investigando a mensagem através de observação sistematizada, obtendo dados sobre o sistema emissor com entrevistas em profundidade com os produtores e a análise de dispositivos de crítica midiática, para entender o consumo e os desdobramentos do material.

A ideia, segundo a autora, é identificar o que se transforma, apesar do que permanece, quando a reportagem acontece na internet. Para isso, é necessária a articulação entre emissor, mensagem, receptor e as produções do receptor. O foco, portanto, está em todo o processo de produção, circulação e consumo da reportagem na internet e quais são os diferenciais desse processo.

Além do tema próximo desta dissertação, a pesquisa de Lucena Ito também utiliza aspectos da etnografia na compreensão da prática no *UOL TAB*, cruzando diversos métodos na tentativa de analisar aspectos de todas as fases da comunicação (produção, emissão e recepção). Trata-se de um estudo que busca compreender a reportagem em sua complexidade.

As pesquisas podem ser categorizadas em dois grandes grupos: transformações no trabalho jornalístico; características de reportagens na internet. O segundo grupo agrega estudos com foco no jornalismo de dados (MEDEIROS, 2016), estrutura da reportagem multimídia (PASSOS, 2015; BACCIN, 2017), características do jornalismo literário em reportagens (GARCIA, 2018; DECANINI, 2018) e, por fim, o trabalho de Ito (2018) que estuda as mudanças da reportagem no meio impresso para o digital.

Destaca-se que essa técnica de extração e análise não permite identificar todos os aspectos que poderiam ser relevantes no desenvolvimento desta pesquisa, mas direciona o olhar para aqueles estudos que mais se aproximam dos mesmos interesses de pesquisa para consulta posterior. Além disso, o quadro aqui exposto pode servir como panorama sobre os estudos de reportagem na web.

3 JORNALISMO: ENTRE MÚLTIPLAS CRISES

No capítulo anterior, discutiram-se algumas abordagens possíveis sobre a reportagem jornalística em um esforço voltado, principalmente, para a definição do objeto de estudo dessa dissertação e identificação de características relevantes a serem incorporadas posteriormente no capítulo metodológico do trabalho.

A partir disso, é necessário definir qual é o contexto em que esse objeto se insere. O objetivo deste capítulo é reconhecer características estruturais que impactam diretamente a configuração da reportagem, conforme definida no capítulo anterior. Além disso, especialmente o subcapítulo voltado às tensões relacionadas aos formatos, agrega novas características incorporadas no capítulo metodológico desta pesquisa.

Entende-se esse contexto como um momento de mudança em vários aspectos da prática jornalística – desde os processos de produção, até o consumo – geradas e/ou intensificadas por mudanças tecnológicas e pelas possibilidades que surgem a partir da popularização da internet como um meio de comunicação. Tal processo é denominado crise.

A noção de crise no jornalismo não é pacificada. Leal, Jácome e Manna (2016) compreendem o jornalismo como um objeto complexo e entendem que a crise “está menos relacionada com o jornalismo enquanto conjunto complexo de fenômenos do que com um modo de compreendê-lo e fixá-lo” (LEAL; JÁCOME; MANNA, 2016, p. 152). A crítica dos autores se volta às tentativas de estabelecer uma ideia fixa de jornalismo baseada em apenas uma de suas manifestações.

Lopes (2011) faz uma crítica semelhante. A autora defende que a temática da crise não é novidade, sendo que o jornalismo já passou por “inúmeros outros momentos de instabilidade e transformações” (LOPES, 2011, p. 59). O objetivo dos pesquisadores não é discutir se o jornalismo vai acabar, mas identificar quais de seus valores estão ultrapassados. Ou seja, a pesquisa deve identificar que, em certos momentos, a crise serve como um elemento que justifica posições, novas regras, reafirmação de autoridade, entre outras questões que fazem parte da identidade do jornalismo. A autora, porém, não identifica tais aspectos, apenas revelando pontos de instabilidade, segundo ela, na formação da identidade jornalística.

Tal crise, apesar das críticas ao modo como ela é apropriada, impacta o trabalho jornalístico em diversas esferas e se constitui enquanto uma situação, reconhecida inclusive pelos próprios jornalistas como um ambiente de mudanças. Christofolletti (2019, p. 13) defende que a crise do jornalismo é “complexa, multifacetada e dinâmica” e que nas últimas

décadas ela se materializou “na queda das tiragens de jornais, extinção de revistas, diminuição das audiências na televisão, demissão de profissionais e o conseqüente enxugamento das redações”, entre outros aspectos.

O aspecto econômico é apenas um, sendo que há também uma “redução do interesse no noticiário, a migração das audiências, o aumento da desconfiança na mídia, o crescente distanciamento do público e a busca por alternativas no consumo de informação e entretenimento, entre outros” (CHRISTOFOLETTI, 2019, p. 14).

Entende-se que a crise pode ser compreendida como fator estrutural ou dinâmico no jornalismo. Para o olhar desta dissertação, será adotada a perspectiva de uma crise dinâmica, levando em consideração que ela pode ser sentida e vivenciada de diferentes formas a depender de variáveis como o local, o tamanho do veículo e a época, por exemplo. Portanto, essa pesquisa não pretende realizar um estudo amplo sobre os efeitos da crise no jornalismo e na reportagem, mas centra seu olhar no caso do *Jornal Plural Curitiba*.

Trata-se de um recorte inevitável em virtude da grandeza do fenômeno. Busca-se focar em um veículo específico e encontrar indícios de enfrentamento à crise dentro da iniciativa jornalística. Para a organização do capítulo, será proposta uma divisão arbitrária, que não necessariamente possui as fronteiras tão bem delimitadas na prática e também não representa um consenso. Porém, ajuda na sistematização das leituras e reflexões realizadas durante a pesquisa, além de funcionar como estratégia didática de orientação à leitura. Consideram-se três crises: uma crise de formato (narrativa/discurso); uma crise da verdade (ética e de credibilidade); e uma crise de negócio (modelos de gestão). Em cada uma delas, serão identificados seus possíveis impactos na prática da reportagem jornalística.

Apesar de se tratar de uma escolha arbitrária, ela encontra respaldo na realidade. Afinal, ainda que difusos, os efeitos da crise se centram em determinados lugares. Os pontos destacados são alguns dos mais afetados, como se revela, inclusive, nas abordagens teóricas citadas.

3.1 UMA CRISE DE FORMATO

Em 1995, surge o primeiro site de um jornal brasileiro na internet: o *JB Online*¹². Desde então as possibilidades de formato para a criação e publicação de conteúdo jornalístico

¹² A história do site, assim como uma descrição ampla do processo de surgimento da rede mundial de computadores, é documentada por, entre outros autores, Baldessar (2009).

mudam diariamente com a atualização de navegadores e linguagens de programação ou com o surgimento de novas tecnologias.

O jornalismo já havia passado por outras transformações de caráter tecnológico, como com o rádio e a televisão, mas a internet vai além de uma adição de sentidos, rompendo barreiras de tempo e espaço (ALVES, 2006, p. 95) e agregando, em um só meio, todas as mídias anteriores.

Na internet, não há o limite espacial de uma página do jornal impresso e nem o limite temporal de um telejornal na grade da programação de uma emissora televisiva, por exemplo. Ao mesmo tempo, a rede permite que materiais sejam publicados e lidos quase que instantaneamente em qualquer lugar do mundo e exige velocidade na produção.

Por isso, o que está delimitado nesta seção como “crise de formato” agrega mudanças na forma e nas possibilidades de apuração e publicação de jornalismo a partir da internet como suporte tecnológico. Portanto são discutidos aspectos amplos das características da tecnologia e alterações em princípios da prática como aqueles apontados por Otto Groth (2011). Entende-se que ao mesmo tempo em que há uma intensificação do imediatismo no jornalismo, o que altera o espaço dedicado à reportagem, há também o surgimento de tecnologias que permitem experimentações e que podem intensificar questões como a contextualização com o uso de hiperlinks ou de recuperação de fatos anteriores no grande arquivo de memória existente na rede.

À época do surgimento do *JB Online*, as publicações jornalísticas na web eram caracterizadas pela repetição daquilo que já havia sido publicado na versão impressa dos veículos. Para enquadrar os diferentes momentos do jornalismo na web, pesquisadores dividiram o webjornalismo em fases.

Pavlik (2001) delimita três fases. A primeira fase é a da reprodução dos conteúdos produzidos em outras mídias na internet. A segunda tem maior nível de inovações, com o uso de hiperlinks, multimídia e interatividade. A terceira é a fase em que há o reconhecimento, de fato, da internet como um meio independente, com recursos específicos e formatos próprios.

O autor ainda reconhece na internet a possibilidade de uma narrativa que “agrega diversos modos de comunicação (como texto, imagens, vídeos, gráficos); escrita não-linear, ou hipermídia (por exemplo, links); customização extraordinária; e elevado envolvimento da audiência” (PAVLIK, 2001, p. 14, tradução nossa)¹³. Além disso, Pavlik (2001, p. 16) percebe nas ferramentas oportunidades para histórias mais envolventes e contextualizadas.

¹³ Texto original: “This storytelling embraces a wider range of communication modalities (e.g., text, images, video, graphics); nonlinear writing, or hypermedia (i.e., links); extraordinary customization; and heightened audience involvement.”

A divisão de Mielniczuk (2003) é semelhante, reforçando tendência à transposição do conteúdo nas primeiras apropriações, até um uso elaborado na terceira fase: “Nos produtos jornalísticos dessa etapa, é possível observar tentativas de, efetivamente, explorar e aplicar as potencialidades oferecidas pela web para fins jornalísticos” (MIELNICZUK, 2003, p. 9).

Existem atualizações mais recentes dessas divisões, que acrescentam novas fases agregando características dos modelos atuais. É o caso do estudo de Barbosa (2013), onde estão desenvolvidas a quarta e a quinta fase, sendo a primeira delas caracterizada por produtos dinâmicos, produção multiplataforma, presença de *smartphones* e *tablets*, entre outras características, e a segunda pela presença de aplicativos, mídias móveis e, entre outras, o que a autora chama de *continuum* multimídia. O último aspecto trata da presença intensa das tecnologias em todas as partes da produção jornalística, desde a produção até o consumo. Reconhece-se, ainda, a relevância dos bancos de dados na constituição das fases mais recentes do jornalismo on-line, perpassando, de diferentes maneiras, todas as etapas das produções.

Não importa ao trabalho as nomenclaturas que serão dadas às fases anteriores ou ao momento atual, mas sim que se trata de um momento onde a tecnologia atravessa o processo de produção, circulação e consumo jornalístico.

A partir da ideia de que em determinado momento os veículos passaram a se apropriar das características específicas da internet, pesquisadores buscaram identificar e sistematizar quais são essas características. Uma organização difundida é a de Canavilhas (2014).

O autor (CANAVILHAS, 2014) agrega sete características: a *hipertextualidade*, que trata do link entre textos e a possibilidade de sair e voltar para uma narrativa expandida; a *multimedialidade*, por conta da possibilidade de acesso por vários meios; a *interatividade*, possibilitada pela internet com o poder dado ao leitor; a *memória*, uma das características mais importantes e presentes; a *instantaneidade*, por conta das facilidades técnicas; a *personalização*, com a responsividade e também a possibilidade do leitor fazer escolhas na página; e, por fim, a *ubiquidade*, ou a possibilidade de acesso em qualquer lugar com os dispositivos móveis.

Trata-se de uma compilação de conceitos que foram e são trabalhados por diversos autores. É também uma organização que facilita a consulta sobre termos bastante utilizados na bibliografia acerca do webjornalismo. Há, porém, espaço para crítica em relação às apropriações dessas ideias.

A primeira delas está relacionada a oferta de estudos pouco reflexivos sobre as potências dessas características e que concentram esforços em uma análise de tipo “tem ou não tem” dentro de materiais na internet. Ou seja, estão somente preocupados com a

existência, ou não, de cada uma das características em portais webjornalísticos. Outros entusiastas sempre parecem buscar pelo uso de todas as características dentro de um portal. Muitas vezes, as características parecem se sobrepor ao jornalismo.

Dentre as características apresentadas, uma das principais é a instantaneidade (BRADSHAW, 2014). Ela deixou de ser a única importante para os veículos que praticam o webjornalismo, como pode ser visto na recuperação sobre a reportagem na web no capítulo anterior. Porém, há uma insistência na instantaneidade como a grande característica da internet para o jornalismo.

A velocidade sempre foi importante para o jornalismo, especialmente quando pensamos nos critérios de noticiabilidade preocupados com a atualidade e a concorrência. Porém, essa noção está cada vez mais intensa. Uma expressão dessa intensificação pode ser encontrada na dissertação de Mota (2019) sobre o jornalismo *live streaming*, em que se recupera a noção de instantaneidade e do *deadline* contínuo. As definições estão restritas ao formato trabalhado pelo autor, o ao vivo, mas funcionam para as reflexões aqui desenvolvidas.

A atualidade é uma das quatro características básicas do jornal no clássico estudo de Groth (2011). Todavia, ela adquire um novo sentido hoje. A atualidade em Groth toma a forma daquilo que me leva, hoje, à tomada de decisões (GROTH, 2011). O objetivo do jornal seria diminuir ao máximo a distância temporal entre o acontecimento e sua publicação. À época, uma série de fatores técnicos condicionava o processo. Além disso, a atualidade é determinada culturalmente e está diretamente vinculada à ideia da universalidade. Desta forma, por mais atual que um material seja, ele não serve para nada se não fizer sentido ao consumidor.

Fidalgo (2004) recupera e atualiza as ideias de Groth para a internet. O autor reconhece o jornalismo on-line como algo mais próximo daquilo que seria ideal, visto que “conhece certamente menos limites que as formas tradicionais de jornalismo” (FIDALGO, 2004, p. 13). O jornalismo on-line pode alcançar modos mais intensos de universalidade, periodicidade, atualidade e publicidade. Essas constatações nascem, principalmente, pela característica da instantaneidade na web.

Ao mesmo tempo, uma das observações de Fidalgo que pode nos dar pistas é a de que “os jornais online têm, pela natureza da Internet, uma publicidade horizontal extrema” (FIDALGO, 2004, p. 11). Isso significa que seu alcance geográfico é, tecnicamente, ilimitado. Para Groth, esse tipo de publicidade (horizontal ou extensiva) exige uma maior “carga intelectual”, um conteúdo direcionado a públicos específicos. Já aquele jornal que busca

alcançar diferentes classes e grupos de um mesmo local (intensivo ou vertical) deve ser acessível e simples. Ou seja, o público também determina o conteúdo.

Com a constatação de Fidalgo (2004) de que na internet a publicidade é, por sua natureza, horizontal, e levando em conta que a cobertura generalista intensiva já é realizada por grandes e consolidados veículos de comunicação, isso pode representar espaço para um tipo de produção diferenciada na internet, com maior profundidade.

Tal reflexão, somada ao conjunto de características do webjornalismo sistematizadas por Canavilhas (2014), que permitem complexidade nos materiais e o espaço ilimitado da internet, contrastam com a questão da velocidade e da constância na produção e publicação. Esse é apenas um dos dilemas relacionados ao formato que se apresenta na web: a informação breve e instantânea *x* a informação longa e contextualizada. Se trata de um dilema histórico no jornalismo, que parece intensificado com a internet.

A questão é que a valorização da velocidade parece restringir a produção de reportagem ou de conteúdo com maior tempo de apuração a materiais especiais, limitando a publicação diária a uma abundância de textos curtos. Somada ao excesso de oferta de conteúdo, tanto jornalístico quanto oriundos de novos atores nas redes sociais, isso gera o que este trabalho entende como um ambiente *hipersingularizado*.

Essa observação parte da leitura de Genro Filho (2012) sobre o jornalismo como forma de conhecimento cristalizado no singular. Por conta de um imediatismo, a produção jornalística na internet oferece excesso de conteúdos focados no singular e, por vezes, sem reflexão. Em conjunto com a intensificação e publicidade de *posts* de redes sociais que, apesar de seu alcance, mantém as características da comunicação interpessoal, que está ligada ao singular da certeza sensível e reprodução superficial da realidade (PONTES, 2017, p. 178), considera-se que existe uma abundância desse tipo de conteúdo que justifica e explicita a necessidade do jornalismo que possibilite reflexão.

Por isso, compreende-se a necessidade do jornalismo realizar, mesmo em materiais curtos como notas e notícias, articulações entre *singular*, *particular* e *universal*. A obra de Genro Filho (2012) tem seu foco na notícia e compreende que o potencial do jornalismo está justamente nela. Não se trata de colocar a notícia e a reportagem em polos opostos e nem considerar que uma é melhor que outra. Além disso, a notícia compõe a reportagem. A reportagem depende da notícia e do singular para se desenvolver. Porém, neste trabalho, entende-se que, por seu caráter de intensificar articulações entre o *singular* e o *particular*, ou de complexificar o singular, a reportagem surge como um contraponto ao ambiente hipersingularizado encontrado na internet.

Para além disso, a constante modificação das tecnologias amplia as possibilidades a serem consideradas: o surgimento dos *smartphones* fortalece o jornalismo móvel; o jornalismo voltado especificamente para *tablets* foi uma tendência durante um período; as publicações em vários formatos para diferentes redes sociais também representam um desafio; a utilização da realidade aumentada ou da realidade virtual exige experimentação e recupera questões como a imersão e a subjetividade, características de algumas formas de reportagem.

Todas essas reflexões transformam os formatos do produto jornalístico, que ainda não fixou uma fórmula que resista à diversidade e a velocidade das mudanças tecnológicas. E, além de se apresentarem como dilemas acerca do formato, estão diretamente relacionadas com os demais aspectos de crise do jornalismo que são abordadas nas próximas seções, já que representam diferentes modos de produção.

3.2 UMA CRISE DE CREDIBILIDADE

Juntamente aos dilemas que envolvem métodos de apuração, publicação e os formatos, o jornalismo enfrenta um contexto mais amplo de desinformação e pós-verdade que influencia diretamente a prática. A credibilidade da imprensa se encontra fragilizada e disputa espaço com as mentiras e ódio ao jornalismo. Tal ódio se manifesta tanto nas pesquisas de confiança na imprensa como em situações concretas de violência contra jornalistas.

O relatório de violência contra jornalistas realizado pela FENAJ aponta que 2020 foi o ano mais violento para os jornalistas brasileiros, com 428 casos, “105,77% a mais que o já alarmante número de 208 ocorrências, registradas em 2019” (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2020). Os casos computados são agressões físicas, verbais, ameaças, entre outras formas de violência.

Rios e Bronosky (2020, p. 50) analisam esses casos e seus impactos tanto na prática jornalística, quando no direito à informação da sociedade e defendem que “qualquer forma de violência contra o jornalista e conseqüentemente, contra a prática do jornalismo e à elaboração da notícia, também se configura como uma forma de ataque ao exercício do direito à informação pelos cidadãos”.

Já nas pesquisas de confiança, que também evidenciam a fragilidade da credibilidade jornalística, revela-se que 65% dos brasileiros acredita que “jornalistas e repórteres tentam enganar as pessoas de propósito dizendo coisas que sabem ser falsas ou grosseiramente exageradas”, 64% acredita que as organizações jornalísticas estão mais preocupadas em

defender uma posição política do que informar o público e 72% crê que a mídia não vai bem em relação a objetividade e apartidarismo (EDELMAN, 2021, on-line).

Pesquisa realizada somente no Brasil pelo *Datafolha*, revela um crescimento na taxa de desconfiança da população com relação à imprensa em 2021, sendo que 32% dos brasileiros não confiam, dois pontos percentuais a mais do que se identificou em 2019. Entre os que acreditam, apenas 18% confiam muito, enquanto 48% confiam “um pouco” (FOLHA DE S. PAULO, 2021). A desconfiança identificada pelo *Datafolha*, porém, não é exclusiva do jornalismo e afeta também outros poderes do país. Uma pesquisa semelhante do *PoderData*, do site *Poder360*, também identificou uma queda de confiança (PODER 360, 2020).

Christofoletti (2019), ao discutir sobre a crise jornalística, também recupera índices de confiança no jornalismo e destaca que em pesquisa realizada pela *World Association of News Publishers* a confiança na mídia está “num mínimo histórico, mas a confiança nos jornalistas e no jornalismo de qualidade está aumentando” (WAN-IFRA, 2018 apud CHRISTOFOLETTI, 2019, p. 92). Tal constatação revela que os dados de confiança devem ser apropriados criticamente.

Há autores que destacam a falta de confiança do público como uma das maiores preocupações do jornalismo atual (FENTON, 2019; FINK, 2019). Existe uma tentativa de propor possíveis soluções para esse problema, como a valorização da transparência, o diálogo e a busca por conhecer o público, mostrar a quem o jornalismo está servindo, recuperar a noção de verdade, traçar objetivos mais palpáveis do que se propor um bastião da democracia, por exemplo, entre outras possibilidades (CARLSON, 2019; FENTON, 2019; FINK, 2019; NORDENSTRENG, 2019).

Nesse contexto, pesquisas demonstram que o jornalismo local é o mais fragilizado e prejudicado. Dados de Hayes e Lawless (2018) revelam que há um enfraquecimento na cobertura política local, ao menos nos Estados Unidos, o que gera também uma queda no engajamento político das comunidades locais (HAYES; LAWLESS, 2018). Esse tipo de cobertura, em alguns países parece ficar restrito a iniciativas não-profissionais, o que gera novas preocupações (WAHL-JORGENSEN, 2019). Uma iniciativa como o *Plural*, que traz um jornalismo profissional local, é instigante do ponto de vista jornalístico e de pesquisa.

Apesar das discussões sobre uma crise interna do jornalismo, autores da Ciência Política, por exemplo, discutem uma nova realidade de crise constante (CASARA, 2017). O caráter dado à mídia nessas discussões é genérico e revela espaço para olhar este contexto a partir das lentes do próprio jornalismo e das suas complexidades.

O jornalismo tem um papel relevante na organização da esfera pública (HABERMAS, 2003), sendo responsável pela divulgação de fatos e informações que ajudam a população a formar opiniões e tomar decisões políticas em sociedades democráticas de maneira consciente. Este seria, ao menos, o cenário ideal.

Há autores que defendem que há uma transformação na esfera pública de modo mais amplo e que esse é um dos maiores desafios do jornalismo (RUSSELL, 2019). Trata-se de uma esfera pública que privilegia métricas acima do “bem comum/público”, onde fica cada vez mais claro como o “jornalismo perdeu território vital na batalha para definir epistemologias democráticas e éticas” (RUSSEL, 2019, on-line, tradução nossa¹⁴).

Além disso, a conscientização de cidadãos não foi e nem é o único ou o principal interesse do jornalismo e, menos ainda, do campo midiático de modo geral. Trata-se de grandes empresas com interesses políticos e econômicos definidos (GÓMEZ, 2015). Além disso, seus modos de agir estão diretamente ligados com transformações sociais maiores.

Vários estudos trabalham as mudanças no comportamento da mídia, muitas vezes impulsionadas por inovações tecnológicas. Um exemplo é a televisão. Apesar das inovações constantes, especialmente a partir do surgimento da internet, existem paralelos em algumas das constatações realizadas no passado com a situação atual do ambiente midiático.

Fausto Neto (2004)¹⁵ discute o “reconhecimento estratégico da mídia [...] com os processos de interação fundados na experiência dos indivíduos dando lugar à constituição de um novo conceito de ‘comunidade’, ‘sociedade de massas’ ou ‘multidão solitária’” (FAUSTO NETO, 2004, p. 14). Apesar de se tratar de outro campo – a religião – e outro dispositivo tecnológico – a televisão – tal processo de midiaticização ocorre nos mais diversos campos, inclusive no jornalismo, e permanecem atuais mesmo com as atualizações tecnológicas.

Em 2020 e 2021, especificamente, determinados pontos se tornam ainda mais radicais, levando em conta a pandemia de Covid-19 e o isolamento social. O autor reconhece algumas estratégias de interação em sua análise, levantando ações que “evocam operações de contato” (FAUSTO NETO, 2004, p. 21) e utilizam de uma espécie de individualidade rasa, ou seja, que tentam fazer com que o espectador se sinta reconhecido, enquanto ignoram suas singularidades, e que se crie essa sensação de pertencimento a uma “multidão solitária”. Para o campo religioso, isso representa uma mudança ainda maior na natureza de suas interações, mas para uma profissão que nasceu midiaticizada, como o jornalismo, são apenas novas –

¹⁴ No original: “journalism has lost vital territory in the battle to define democratic epistemologies and ethics”.

¹⁵ Vale destacar ao leitor que, nos estudos de Fausto Neto, a mídia e os processos de midiaticização assumem centralidade no debate. Apropriar-se de sua pesquisa no conjunto deste capítulo retira o autor de seu lugar de fala, mas contribui para a compreensão da complexidade do debate.

algumas já velhas – estratégias. Em momentos de isolamento obrigatório, isso aparece de forma ainda mais forte.

As “operações de contato”, reconhecidas por Fausto Neto (2004) na televisão e aquilo que está se chamando de uma “individualização rasa” são reconhecidas também na internet e nas redes sociais, o que renderia discussões sobre a característica da personalização no webjornalismo (CANAVILHAS, 2014).

Essas estratégias não são, todavia, as únicas utilizadas no campo midiático. Wilson Gomes (2004), também tratando da televisão, destaca a mudança da relação entre o jornalismo e o campo político e o surgimento de algo que o autor define como “jornalismo de espetáculo” (GOMES, 2004). Na busca por espectadores, no caso da TV, de leitores, no caso do impresso, ou de usuários, quando na internet, o jornalismo precisa atrair as pessoas.

Apesar do distanciamento entre o jornalismo e a política que existe ao longo da história da profissão, a busca pela audiência faz com que o conflito político seja valorizado, o drama, a “política como campo de guerra” (GOMES, 2004, p. 349). Se na televisão, com métricas menos precisas e um sistema de publicidade ainda rentável, isso é uma realidade, quem dirá no jornalismo on-line, que não possui a “ajuda” do restante da programação, tem suas métricas extremamente precisas e cada clique vale menos do que um espectador. Ou seja, o jornalismo precisa cada vez de mais pessoas atraídas para gerar uma quantidade de receita semelhante.

Tal “jornalismo espetáculo” na análise de Gomes (2004) trata a política como o esporte, mas esquece de diferenças essenciais que são recuperadas de Fallows (1997 apud GOMES, 2004): a cobertura jornalística de política, ao contrário da esportiva, tem o poder de alterar o “modo como o jogo – jogo público – é jogado” (p. 221 apud GOMES, 2004). A partir disso, a política é encenada para então ser veiculada pelos jornais. São criados personagens, aplicadas estratégias para gerar emoção e, até mesmo, técnicas de dramaturgia. Tal espetáculo não tem um lado positivo para a democracia.

As questões apresentadas não retiram a responsabilidade do jornalismo nas tomadas de decisão realizadas na democracia. Pelo contrário, ele continua sendo relevante, com participação acontecimentos recentes no país. Rubens Casara (2017) traça um retrato da corrosão dos fundamentos do Estado Democrático de Direito por uma razão neoliberal que coloca a mercadoria e o capital como as coisas mais importantes. O autor reconhece em diversos momentos que a mídia de referência tem papel relevante neste contexto.

Casara (2017) fala do medo como motor para o consumo, da necessidade de se criar uma sensação de insegurança que move as propagandas e da criação de uma guerra ao crime,

da ideia de “pornografia penal”, ou seja, de penalidades que não são impostas com o intuito de diminuir infrações, mas apenas de mostrar para a população. A “guerra” que se cria neste contexto é um espetáculo.

O pesquisador (CASARA, 2017) recupera exemplos de processos judiciais que foram guiados pela espetacularização e defende que na democracia as pessoas são punidas ou absolvidas de acordo com a justiça. Não é impossível que existam erros, mas o que o autor reconhece é um total abandono dos limites legais para a produção de punições exemplares. Segundo o autor, é a partir do processo do Mensalão¹⁶ que se inicia a guinada “pós-democrática” do Brasil. O próprio uso das delações premiadas, ferramenta que se mantém comum na Operação Lava Jato¹⁷, por exemplo, é utilizado como uma espécie de “efeito especial” na narrativa, utilizada para fortalecer o espetáculo e recuperar a atenção do público.

Trata-se de uma discussão que está diretamente relacionada com aquela realizada por Gomes (2004), o que demonstra ainda mais sua atualidade. A mídia de referência tem papel essencial no gerenciamento deste espetáculo. No caso da Operação Lava Jato, ainda mais, já que “trata-se de uma espetacularização construída a partir da versão de uma única fonte, já que a Polícia Federal detém a exclusividade da fala” (DOS ANJOS, 2021, p. 34).

A partir deste contexto, segundo Casara (2017), fica facilitado o surgimento de “messias”, salvadores, que costumam vir de fora da política, ignoram as leis, se isso for necessário, para que cumpram seus objetivos, e demonstram autoritarismo.

O papel da mídia dentro dessa situação gera raiva, por parte do público, aos veículos de referência. O ódio e a desconfiança quanto a esse jornalismo, porém, pode se tornar problemático na medida em que é apropriado para criar um ambiente de pós-verdade (KEYES, 2004) e difusão de informações falsas.

Com a facilidade para a propagação de informações na internet, o problema das chamadas *fake news* se torna ainda maior. No Brasil, a preocupação surge a partir da polarização política que se inicia em 2013, passando pelas eleições de 2014, o golpe de 2016 e, por fim, a eleição de Jair Bolsonaro a presidente, que se baseou em notícias falsas e o uso de canais alternativos (MIGUEL, 2019). O jornalismo fica, portanto, marginalizado.

As *fake news* possuem, às vezes, interesses políticos e são parte de um sistema de três elementos: pós-verdade – perda de confiança em fontes reconhecidas – teorias da conspiração

¹⁶ Escândalo de compra de votos descoberto em 2005 durante o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Mais informações disponíveis em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/coberturas/mensalao/>. Acesso em 06 de maio de 2021.

¹⁷ Operação de combate à corrupção que teve início em 2014 e foi responsável pela prisão de vários políticos, dentre eles o presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Mais informações em: <http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/lava-jato>. Acesso em 06 de maio de 2021.

e o uso das tecnologias para difusão de verdades alternativas incontroláveis (MIGUEL, 2019, p. 48). O jornalismo tem, sim, culpa na construção do cenário apresentado, mas não se beneficia dele (MIGUEL, 2019).

A internet, portanto, para além de ser um ambiente cada vez mais populoso e com cada vez mais vozes, é um local repleto de informações, especialmente de origem duvidosa. Tais informações não são necessariamente jornalísticas, mas disputam a atenção e a confiança do público com o jornalismo.

As possibilidades do uso da ferramenta para o fortalecimento de um jornalismo colaborativo ou até do desaparecimento do jornalismo com a possibilidade da *autocomunicação de massa* fica distante. As experiências que surgem muitas vezes se restringem à exploração de uma mão de obra a um custo baixo e o excesso de informação lembra a metáfora utilizada por Moretzsohn (2006, p. 18) recuperada do conto “Do rigor da ciência”¹⁸ de Jorge Luís Borges: “para que serviria um mapa se acaso ele fosse elaborado a uma escala tal que se confundisse com o próprio território?”. O mapa excessivamente detalhado, para fins de utilização desta metáfora, faz do jornalismo tão importante quanto era antes do surgimento deste mapa.

A partir das reflexões apresentadas, é preciso conhecer e reconhecer outros modos de fazer jornalismo, além de pensar alternativas. São variadas as maneiras de se fazer isso. Oliveira (2011, p. 62), por exemplo, identifica na mídia alternativa um papel importante na ampliação de vozes na esfera pública, sendo “um elemento problematizador do processo instituinte de determinadas vozes feito pela mídia hegemônica”, ampliando também a variedade de “opiniões e olhares sobre os assuntos”.

Existem, ainda, pensamentos voltados para a epistemologia do jornalismo, como o de Oller Alonso e Tornay-Márques (2017) que reconhecem uma teoria e um fazer marcados pelo paradigma ocidental, colonizador, e a relevância de um pensamento decolonial no jornalismo, reconhecendo que ele não é apenas a forma que assume em uma sociedade capitalista. Segundo os autores, é necessário pensar um “outro jornalismo”.

O ponto principal das reflexões citadas é que pensar um jornalismo diferente é necessário e importante. No esforço de definição do objeto, reconhecemos inclusive o *Jornal Plural Curitiba* como um portal dedicado a fazer um jornalismo que se coloca em oposição àqueles que detêm maior responsabilidade pela criação deste contexto, além de também buscar amenizá-lo ou lidar com ele através de estratégias que serão investigadas. O *Plural*

¹⁸ Uma tradução do breve conto para o português está disponível em: <https://poro.redezero.org/biblioteca/textos-referencias/do-rigor-na-ciencia-jorge-luis-borges/>. Acesso em 04 de maio de 2021.

pode ser entendido como um reflexo deste contexto ou, ao menos, é preciso reconhecer que esse contexto se reflete no modo de existir e nas produções desse portal.

Até aqui, buscou-se apresentar um contexto em que o jornalismo disputa espaço e atenção com outros discursos. Nesse contexto, a credibilidade do jornalismo se enfraquece. Os próprios veículos jornalísticos têm responsabilidade sobre a situação em que se encontram e que, agora, precisam aprender a lidar com ela da melhor maneira possível.

Essa crise está diretamente relacionada àquela trabalhada na seção anterior, quando pensamos a internet enquanto local propício para os tipos de jornalismo de espetáculo e que permite um controle ainda maior sobre a audiência, e também com a que será explorada na próxima seção sobre os dilemas financeiros dos jornais. Toda a descrição contextual serve para compreender o ambiente no qual o *Plural* se insere, não somente enquanto veículo isolado, mas como parte de um movimento amplo de criação de novos veículos. É nesse contexto que se opera a reportagem, objeto deste trabalho.

3.3 UMA CRISE DO MODELO DE NEGÓCIO

Várias das noções trabalhadas até aqui estão diretamente relacionadas ao aspecto discutido neste capítulo: o econômico ou de negócio. Para iniciar tal discussão, vale destacar que as ideias de jornalismo de contato ou espetáculo, por exemplo, apresentam pontos em comum com o paradigma do *jornalismo de comunicação* apresentado por Charron e Bonville (2016), caracterizado por um ambiente midiático com grande quantidade de oferta de conteúdo diversificado, cada vez mais especializado e preocupado com as preferências do público, voltado para a inovação e com espaço para subjetividade. Apesar das questões parecerem inerentes à internet, a mudança de paradigma identificada pelos autores ocorre a partir das décadas de 1970 e 1980 (CHARRON; BONVILLE, 2016).

Uma das principais características do ambiente em que o *jornalismo de comunicação* se insere está na hiperconcorrência possibilitada pelas condições técnicas, que faz com que as grandes empresas de comunicação precisem também disputar espaço com novos veículos. A hipótese dos autores sobre este contexto é de que a “distinção se torna mais imperativa” (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 371). São três as principais dimensões afetadas: “a escolha dos objetos de discurso (os temas), os gêneros e o modo de endereçamento ao público” (p. 371). Os impactos transparecem na segmentação dos temas, no cruzamento entre

gêneros textuais e na acentuação de funções expressivas e fáticas do discurso, ou seja, na valorização do emocional e da interação entre emissor e receptor¹⁹.

Esse cenário é acompanhado de transformações intensas no modo como o jornalismo é financiado. As discussões acerca de um jornalismo pós-industrial defendem que é impossível “preservar ou restaurar o jornalismo no formato praticado ao longo dos últimos 50 anos” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 33). O modelo de subsídio do jornalismo industrial, segundo os autores, está falido. O dinheiro que os jornais on-line ganham através da publicidade é muito menor do que o que se podia ganhar anteriormente, sendo que hoje a publicidade é mediada ou até apropriada por outras empresas como *Google* e *Facebook*.

Para se sustentar utilizando publicidade na internet, o jornalismo depende de uma quantidade enorme de cliques, o que pode estar relacionado à publicação de conteúdo cada vez mais chamativo e imediatista.

A crise de financiamento leva a demissões e compromete as condições de trabalho de jornalistas. Como retrato ilustrativo da situação recente, um levantamento da FENAJ (2020) que identifica os impactos da MP 936²⁰ na categoria revela redução de salário de 3.930 jornalistas durante a pandemia de Covid-19 a partir da publicação da medida provisória em abril de 2020, além de 205 demissões. Esses dados são apenas relativos ao impacto da pandemia.

Levantamento anterior do *portal Comunique-se*, divulgado pelo *Observatório da Imprensa* (BORGES, 2016), revela que mais de 1.400 jornalistas perderam seus empregos apenas em 2015. O projeto “A Conta dos Passaralhos” do *Volt Data Lab*²¹, atualizado pela última vez em agosto de 2018, contabiliza 2.327 demissões de jornalistas desde 2012 e 7.817 demissões totais em empresas de mídia desde 2012. Os dados compreendem demissões em massa, fechamento de redações e migrações do impresso para a web, por exemplo.

A questão financeira, somada às problemáticas levantadas na última seção, impulsionam também a criação de novos veículos independentes ou alternativos. Segundo Patrício e Batista (PATRÍCIO; BATISTA, 2020, p. 220), muitos jornalistas migram para esse jornalismo em busca de reposicionamento no mercado e também recuperação de valores fundamentais e de uma credibilidade perdida. O objeto empírico desta dissertação, o *Jornal Plural Curitiba*, também surge após uma demissão e carrega em si a credibilidade de um jornalista já conhecido. Batista de Lima (2020, p. 31) cita Mick (2017) para demonstrar que

¹⁹ CHARRON; BONVILLE, *loc. cit.*

²⁰ Medida Provisória que institui o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda e dispõe sobre medidas trabalhistas para enfrentamento do estado de calamidade pública gerado pela Covid-19.

²¹ Disponível em: <https://passaralhos.voltdata.info/>

“em meio a esse cenário de instabilidade da confiança nas empresas de comunicação, também no Brasil a confiança nos jornalistas é duas vezes maior do que aquela depositada nas mídias jornalísticas”.

A mesma reflexão é realizada por Christofolletti (2019), quando compara a confiança na mídia e a confiança nos jornalistas e no jornalismo de qualidade. Utilizando alguns dos dados já apresentados, é possível realizar essa comparação: na pesquisa do *Datafolha* em 2021, apenas 18% dos brasileiros confiam muito na mídia e no *Edelman Trust Barometer* de 2021, 72% acredita que a mídia não vai bem com relação à objetividade; ao mesmo tempo, na pesquisa *Trust in Professions* de 2018 (GFK VEREIN, 2018), no Brasil, 63% das pessoas confia em jornalistas (11ª profissão com maior confiança da população). A confiança no profissional jornalista representa um capital simbólico que pode ser importante na criação de um novo veículo. Isso é algo a ser levado em conta no *Plural*.

Para esses jornalistas que criam novos veículos:

não se trata apenas de garantir o próprio sustento ou manter a estabilidade da carreira. Esses trabalhadores estão interessados em fazer um jornalismo menos dependente dos interesses empresariais do mercado e mais conectado com pautas quase sempre deixadas de lado pela mídia convencional (BATISTA DE LIMA, 2020, p. 37)

Além do surgimento de novos jornais que se inserem no ambiente de hiperconcorrência e segmentação descrita por Charron e de Bonville (2016), tanto os grandes veículos quanto os novos precisam buscar outros modos de financiamento para além da publicidade, como a restrição de conteúdos para assinantes (*paywall*), limitação de leituras mensais e, o que também é o caso do *Jornal Plural Curitiba*, o financiamento coletivo ou *crowdfunding*²².

A opção por não utilizar a estratégia do *paywall* é consonante com a necessidade levantada por Benson (2019) de se aumentar o alcance do jornalismo. Não restringir o acesso a assinantes, porém, não significa que o conteúdo é acessível. É possível observar no *Plural* uma tentativa de ser cada vez mais acessível, mas observa-se também que isso cria tensões com a produção de reportagens.

Além disso, o financiamento coletivo traz à tona uma questão destacada por Santos (2018), de que o fator econômico e de satisfação do público passa a ser critério na seleção e produção dos materiais jornalísticos. Essa constatação reforça a ideia de Charron e Bonville

²² O termo *crowdfunding* foi cunhado em 2006 pelo blogueiro Michael Sullivan para explicar um projeto que ele desenvolvia com vídeos na internet. Sullivan uniu ‘*crowd*’ (multidão) e ‘*funding*’ (financiamento) para explicar o funcionamento de um projeto que contava com a colaboração financeira de um grupo de pessoas para se tornar viável (SAAD, 2015 apud SANTOS, 2018, p. 27).

(2016) de uma relação cada vez mais próxima entre o jornalista e seu público que pode afetar na escolha dos temas, nos gêneros textuais e no modo de endereçar ao público. Quanto aos gêneros, os autores destacam que o conteúdo no jornalismo é mais importante que a forma, mas que no cenário de hiperconcorrência, justamente pelo contato com outros gêneros externos ao jornalismo, a forma passa a se sobrepor. A constatação aponta para a valorização de novos formatos, como o *longform* e as grandes reportagens multimídia. A inovação na forma da reportagem, porém, não está restrita ao uso de multimídia, por exemplo, e pode estar presente de maneiras sutis.

Um modo de financiamento alternativo abre espaço também para produções alternativas que não dependem no mesmo grau dos cliques. Isso permite um tipo de material diferenciado, já não tão preocupado com o imediatismo. Essa questão, porém, é algo que só pode ser verificado em entrevista ou observação da redação do veículo, já que as métricas ainda representam parte importante na produção.

Além disso, a reportagem em sua noção clássica, enquanto um conteúdo aprofundado, com atenção à apuração e checagem pode servir também como estratégia de diferenciação no ambiente marcado pela hiperconcorrência. Considerando ainda o que Charron e Bonville (2016) destacam sobre as transformações dos gêneros jornalísticos, a própria materialização da reportagem deve sofrer mudanças. A ideia de diferença e especialização está em sintonia também com a hipótese da publicidade horizontal que se levantou através de Groth (2011) e Fidalgo (2004).

Em relação ao *Jornal Plural Curitiba*, o objetivo do trabalho é compreender como ele se insere nesse contexto e identificar semelhanças ou diferenças entre aquilo que se diz na literatura e a prática do jornal. Além disso, entende-se que o *Plural* aposta na valorização da reportagem de maneira estratégica.

4 PARA ENTENDER O *JORNAL PLURAL CURITIBA*

Esta dissertação busca compreender as transformações nos usos da reportagem causadas pela internet e pelas crises do jornalismo através de um olhar para o *Jornal Plural Curitiba*. Entende-se que o jornal está inserido no ambiente midiático da cidade de Curitiba, no Paraná, que possui certas particularidades, e surge a partir de transformações recentes no jornalismo brasileiro de forma geral e, mais especificamente, no jornalismo paranaense. É possível encontrar em movimentos recentes do jornalismo na capital, especialmente no caso da *Gazeta do Povo*, causas para o surgimento do objeto empírico deste estudo. Todavia, não é o intuito desta pesquisa recuperar a história do jornalismo em Curitiba ou as particularidades de seus jornais. Compreende-se, porém, que uma breve discussão é necessária para entender o que há de específico no *Jornal Plural Curitiba*.

Por isso, este capítulo recupera, em bibliografias já publicadas, parte do desenvolvimento da mídia na capital do Paraná, focando principalmente em aspectos da história da *Gazeta do Povo*; o caso da transformação editorial do jornal, que se forjou como um dos mais tradicionais jornais paranaenses; e, por fim, aspectos do surgimento do *Jornal Plural Curitiba* revelados em análises anteriores e em documentos institucionais. Além das leituras, este capítulo utiliza também dados estatísticos sobre jornais da capital e do país e dados empíricos adquiridos na observação participante e nas entrevistas realizadas com seus idealizadores e responsáveis. Por fim, é importante destacar que, por se tratar de um veículo jovem e em fase de consolidação, existe certa instabilidade na sua organização e que, portanto, este trabalho é um retrato do período em que foi possível acompanhar o jornal.

4.1 O VÁCUO DA *GAZETA DO POVO* EM CURITIBA

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) estima que em 2021 Curitiba (capital do Paraná) possui uma população de 1.963.726 pessoas. A cidade é a 8ª mais populosa do país. Com a transformação editorial da *Gazeta do Povo*, parte do *Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM)*, e a decisão pela extinção de sua versão impressa, pesquisadores identificam que “Curitiba é a primeira grande cidade brasileira a não ter um jornal impresso diário de porte, o que a coloca no centro de observação dos analistas de mídia” (FERNANDES et al., 2019, p. 7).

Não significa dizer que Curitiba não tem mais jornais impressos, mas a mudança no perfil da *Gazeta do Povo* é representativa pois extingue um espaço importante de discussão da

política municipal e estadual, com conteúdos reflexivos que ultrapassam a cobertura factual adotada pelos jornais populares e de menor circulação.

Caminhando pela XV de Novembro, uma das principais ruas da capital, a busca por jornais é frustrada ao encontrar bancas com vitrines repletas de revistas já envelhecidas pelo tempo que passaram expostas ao sol, comidas, bebidas e produtos de tabacaria. Na rua Marechal Deodoro, importante centro comercial da cidade, as bancas mantêm estandes com os escritos “Leia a *Gazeta do Povo*”, mas a *Gazeta do Povo* não está mais presente nesse espaço, que hoje é preenchido por jornais como *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo*, *Tribuna do Paraná*, *Bem Paraná* e *Diário Indústria & Comércio*.

No ano de 2015, anterior ao encerramento da circulação do jornal impresso da *Gazeta do Povo*, ela estava na 22ª posição entre os jornais impressos que mais circulavam no Brasil, “com uma circulação média diária de 36.341 exemplares, de acordo com dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC)” (TAVARES, 2018, p. 69).

A *Gazeta do Povo* circulou pela primeira vez em 1919, criada por Benjamim Lins e De Plácido e Silva, em uma Curitiba com cerca de 40 mil habitantes em expressivo crescimento, pouco tempo depois da criação da Universidade do Paraná, em 1912, que “atraía estudantes de vários Estados”, além de ser um momento de chegada de “imigrantes estrangeiros, fugindo da Europa devastada pela Primeira Guerra Mundial” (OLIVEIRA FILHA, 2004, p. 88).

O jornal surgiu com a proposta de “independência”, buscando distância do partidarismo e dizendo que não apoiaria candidatos. Apesar de sua epígrafe que dizia “Diário Independente”, já na sua primeira edição, como observa Oliveira Filha (2004), a *Gazeta* publica um texto de primeira página defendendo a candidatura de Ruy Barbosa à Presidência da República. A autora destaca, ainda, que o capital utilizado para a fundação do jornal foi oriundo de famílias ricas e conservadoras do Paraná.

A *Gazeta do Povo* foi assumida por novos proprietários em 1962, após uma crise financeira que só foi atenuada depois de dez anos (OLIVEIRA FILHA, 2004). É justamente na década de 1960 que o periódico se consolida na região, principalmente através de campanhas cívicas, como a realizada em prol da construção da Usina de Itaipu, que, apesar de não trazerem “a curto prazo, aumento de tiragem ou popularidade instantânea à *Gazeta do Povo*” (FERNANDES; DOS SANTOS, 2010, p. 174) tirava a comunidade de sua “zona de conforto” e fazia com que ela se posicionasse sobre assuntos que só se popularizaram pelo modelo de cobertura adotado pelo jornal.

No período posterior foram feitos grandes investimentos na modernização do parque gráfico, da redação e de outros setores, ao mesmo tempo em que o Grupo ampliava seus domínios no segmento da comunicação. Em 1969, por exemplo, começou a operar uma nova rotativa, a primeira offset de grande porte instalada no sul do país. Em junho de 1973 a “Gazeta do Povo” instalou os primeiros computadores para fotocomposição e em agosto o jornal estampou, na primeira página, uma foto colorida, novidade na imprensa paranaense. (OLIVEIRA FILHA, 2004, p. 93)

Essa modernização se reflete também no fato de que a *Gazeta do Povo* foi o segundo jornal do Brasil a iniciar a publicação de seus conteúdos na internet em 24 de agosto de 1995 (DOS SANTOS, 2011, p. 36). O jornal não agrega apenas um capital financeiro e tecnológico mas, ao longo do tempo, busca contribuir para a organização do próprio Paraná, propondo discussões para o Estado, se inserindo diretamente no campo político, com campanhas “em defesa dos interesses do Paraná” (OLIVEIRA FILHA, 2004, p. 98).

Apesar da inserção do jornal nos debates políticos, Oliveira Filha (2004) identifica que o sucesso da *Gazeta* está relacionado ao cuidado que sempre tomou nessas relações, evitando confrontos e se ligando aos políticos em exercício. O movimento que culmina na transformação firmada em 2017, porém, parece fruto de diversos fatores. As reduções no número de páginas em várias editorias e também da equipe (o número de funcionários do grupo que agrega o jornal caiu de 1.200 funcionários em 2001 para 900 em 2004) (OLIVEIRA FILHA, 2004) são marcas de recrudescimento da *Gazeta do Povo*.

Dados do Sindijor PR²³, revelam que o grupo GRPCom, que agrega a *Gazeta do Povo*, é a empresa de comunicação paranaense que mais demitiu entre 2014 e 2015. É justamente a partir de 2015 que as mudanças materializadas no fechamento do jornal impresso, depois de 98 anos em circulação, e assunção de um perfil editorial demarcado em 2017 (TAVARES, 2018).

Tavares (2018) analisa que as mudanças ocorridas em 2017 estão inseridas em um contexto de destaque nacional da capital paranaense por conta da Operação Lava Jato, que teve Curitiba como sede a partir de 2014. O foco do Brasil, portanto, se voltava a Curitiba. O público externo ao Paraná passou a ser relevante para escolhas editoriais da *Gazeta*. Trata-se de um público majoritariamente virtual.

Quando a *Gazeta do Povo* encerrou sua edição impressa, divulgando um novo posicionamento que priorizava o conteúdo digital, lançou também um produto semanal impresso no formato de revista com foco em análise e opinião, complementar às notícias

²³ <http://sindijorpr.org.br/noticias/6282/demissometro-empresas-de-comunicacao-demitem-487-jornalistas-nos-ultimos-quatro-anos-no-parana>. Consulta em: 20 de setembro de 2021.

factuais publicadas no site²⁴. Para além dessa mudança estrutural, Tavares (2018) recupera também uma mudança na audiência que, conforme informado pela *Gazeta*, é composta por 77% de leitores de fora de Curitiba, 38% entre 35 e 54 anos (contrastando com o público majoritário do site na primeira década dos anos 2000, predominantemente jovem) e no perfil editorial que defende a vida, valoriza a família e a livre iniciativa, por exemplo. A autora constata, ainda, o investimento do jornal na formação de um público não restrito ao ambiente geográfico, mas que se identifique com os valores defendidos pela publicação.

O público da *Gazeta do Povo* passa a influenciar de maneira mais intensa na seleção de pautas e no modo como elas são desenvolvidas. “Mesmo que a pauta não seja muito relevante, mas gera interesse do público, ela é feita. O inverso acontece com temas que são importantes, mas são pouco consumidos – alguns deixam de ser abordados” (TAVARES, 2018, p. 160). As mudanças editoriais são sentidas pelos profissionais, que reconhecem que determinados assuntos são abandonados por conta do público. Tavares (2018) identifica, ainda, que o jornalismo reflexivo, não factual, é ainda mais impactado pelas mudanças editoriais, já que são espaços coabitados pela opinião e a informação.

Com as transformações, um certo perfil de público fica sem uma referência jornalística: Um público jovem; interessado em notícias centradas em Curitiba; que discorda dos valores propagados pelo jornal; ou acredita que um jornal não deve defender valores. Esse vácuo oferece oportunidade para novos jornais. Trata-se de um espaço frutífero para a produção jornalística.

Além disso, a insatisfação profissional revelada na pesquisa de Tavares (2018) é também reveladora de motivações para a criação de novos veículos, onde os jornalistas podem recuperar sua autonomia, especialmente em um jornalismo de profundidade, mais impactado pela política editorial. A distância entre aquilo que os profissionais entendiam por jornalismo e aquilo que praticavam de fato pode gerar uma necessidade pelo retorno ao “jornalismo clássico” ou “tradicional” que aparece, inclusive, nas entrevistas dadas por um dos fundadores do *Jornal Plural Curitiba*, o jornalista Rogerio Galindo (RENAUD et al, 2019 apud FERNANDES et al., 2019, p. 11).

Galindo pode, inclusive, representar um exemplo desse movimento. Sua coluna “Caixa Zero”, dedicada a discutir temas políticos na *Gazeta do Povo*, chegou a representar cerca de 15% do tráfego de audiência no site, sendo o colunista mais acessado do jornal

²⁴A divulgação sobre as mudanças está disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/gazeta-investe-em-plataformas-digitais-e-encerra-edicao-imprensa-diaria-3gk21exw7d2vr19bi7gygez19/>. Acesso em: 11 de novembro de 2021.

(FERNANDES et al., 2019, p. 9). Tratava-se, justamente, de um espaço de opinião e reflexão sobre o cenário político.

O público concentrado na coluna de Galindo é representativo do capital simbólico que ele carrega enquanto um dos principais jornalistas políticos do Paraná. Além disso, a própria posição de colunista concentra poder e autoridade (BERGAMO, 2020) e é ocupada por jornalista com *status* adquirido através de suas fontes e prestígio (PONTES, 2015). Esse *status* é determinante na formação do *Jornal Plural Curitiba* e pode estar relacionado inclusive com a relevância das colunas e do gênero opinativo dentro do portal.

Em novembro de 2018, porém, Galindo foi demitido da *Gazeta do Povo*. A demissão ocorreu após a publicação de um texto em que relacionava a eleição de Bolsonaro para a presidência da república com a conivência da imprensa²⁵. Em conversa com o jornalista, todavia, ele identifica que o episódio pontual não é a causa de sua demissão, mas sim um dos desentendimentos que travou com relação às novas políticas do veículo. Sua demissão gerou debate nas entidades representativas de jornalistas como a FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas), que reconheceu motivações políticas na demissão do jornalista, que mantinha opiniões divergentes da política editorial do jornal²⁶.

Algumas das situações que oportunizaram a criação do *Jornal Plural Curitiba* como uma alternativa à realidade midiática local foram: um público deixado pela *Gazeta do Povo*, a partir de sua nacionalização e de suas mudanças editoriais; contradições entre os ideais dos jornalistas em questão e a prática que viam nos grandes jornais; pressão editorial do jornal (que se materializou em demissão); o reconhecimento de uma credibilidade jornalística carregada por Galindo; e uma comoção a partir de sua demissão. Tal contexto oportuniza, em janeiro de 2019, a criação do novo veículo e determina características da política editorial de reportagem local assumida por ele.

Por isso é importante falar, ao menos no introdutório, da *Gazeta do Povo* e da sua transformação. Considera-se que, sem *Gazeta do Povo*, é possível que não houvesse o *Jornal Plural Curitiba*. E não se trata de simples causa e efeito, mas de reconhecer uma série de acontecimentos, motivações e fatores determinantes para a criação do novo jornal.

²⁵ Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/caixa-zero/a-imprensa-elegeu-bolsonaro-ao-ser-conivente-com-o-odio/>. Acesso em: 12 de novembro de 2021.

²⁶ Disponível em: <https://fenaj.org.br/demissao-de-rogerio-galindo-viola-liberdade-de-manifestacao-e-pensamento/>. Consulta em: 20 de setembro de 2021.

4.2 O SURGIMENTO DO JORNAL PLURAL CURITIBA

O *Jornal Plural Curitiba* começou a circular em 14 de janeiro de 2019 e completou, em 2022, três anos de existência. O site surgiu, em partes, pelo processo descrito na seção anterior e foi financiado por uma campanha de arrecadação coletiva permanente lançada em dezembro de 2018, pouco depois da demissão de Rogério Galindo do jornal *Gazeta do Povo*. Os três sócios-fundadores do portal são Rogério Galindo, Rosiane Correia de Freitas e Alberto Benett.

Para compreender o perfil do jornal é relevante destacar a trajetória das pessoas responsáveis pela criação e gestão do portal:

Alberto Benett é jornalista formado pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. Se consolidou como chargista, trabalhando em jornais como *Diário dos Campos* (Ponta Grossa), *Primeira Hora* e *Gazeta do Povo*. Desde 2007 trabalha na *Folha de S. Paulo*. É autor dos livros “Benett Apavora! Tiras Infames e Desenhos Encardidos Para Toda Família Disfuncional” (2007), “Amok – Cabeça, tronco e membros” (2013) e “Anedonia” (2022).

Rogério Galindo é jornalista formado pela Universidade Federal do Paraná em 1999 no curso de Comunicação, com habilitação em Publicidade e em Jornalismo. São mais de 20 anos de carreira. A maior parte ligada à *Gazeta do Povo*, onde trabalhou a partir do ano 2000. Durante os 18 anos em que trabalhou no jornal, passou pelas editorias de cidades, cultura e chegou até ao cargo de editor. É na cobertura política, porém, que passou a maior parte do tempo, produzindo para a coluna “*Caixa Zero*”, espaço de comentários e análises políticas que hoje é uma seção dentro do *Plural*. A campanha de financiamento coletivo lançada em 2018 carregava o nome de *Caixa Zero Beta*, apostando no renome obtido por Galindo;

Rosiane Correia de Freitas é jornalista formada pela Universidade Federal do Paraná em 2001. Segundo ela, o ingresso no mercado de trabalho se deu em um período em que a crise já era forte, com o fechamento de portais e a experimentação com os formatos possíveis na internet. Ela trabalhou no portal *Tudo Paraná* (segundo portal da *Gazeta do Povo*, depois de outras tentativas como o *Universo G*), no portal *Jornale*, que ainda existe, e na *Folha de Londrina*, sua experiência mais longa. Em 2011 ingressou na carreira acadêmica e permaneceu por nove anos na Universidade Positivo como professora de jornalismo digital. Mesmo na docência, manteve contato com a reportagem através de trabalhos *freelancers* e também em orientações de reportagens (ela era a responsável pelo núcleo de jornalismo investigativo da universidade). Pouco tempo depois da fundação do *Plural*, ela saiu da Universidade.

A ideia de um jornal próprio, segundo Galindo, já existia para Freitas há tempos. A inspiração para a criação de um jornal local vem de sua participação em programas como o de *fellowship* do jornal *The Washington Post*. Para ela, o jornalismo local nos Estados Unidos é muito forte e nunca perdeu sua importância. Além disso, ela defende que conhecer o local em que você está é fundamental no jornalismo.

Ela explica que existe um forte movimento de nacionalização dos portais locais – com quantidade de pautas de interesse nacional em veículos locais como o *Bem Paraná* e o *Banda B*. Isto porque a publicidade programática²⁷ exige uma grande audiência para o retorno financeiro. Portanto, é necessária uma grande quantidade de conteúdo com muita audiência. O jornalismo local, para a jornalista, não é ideal para esse modelo por estar restrito a uma determinada região. Ela avalia, ainda, que apesar dos conteúdos nacionais não disputarem espaço – pela característica do espaço tecnicamente infinito da web – com pautas locais, eles exigem recursos de pessoal e limitam, em quantidade e/ou qualidade, a produção local. Por isso ela defende o interesse do *Jornal Plural Curitiba* em focar no jornalismo local.

Ademais, Freitas e Galindo relatam insatisfações com o trabalho em grandes redações, onde fatores comerciais e políticos impactam a produção e “não seguem a lógica do jornalismo” (FREITAS, 2022).

A oportunidade de aplicar algumas das ideias encontradas no exterior em um veículo próprio, porém, não havia surgido até então. Foi a partir da demissão de Galindo, que a jornalista avança na possibilidade de materializar o veículo idealizado. Além disso, ela percebe nas reações em torno da demissão de Galindo, momento adequado para implementar o projeto.

Com a falta de dinheiro, a opção viável encontrada pelo casal é a de um financiamento coletivo. Benett é convidado para coordenar a parte gráfica do projeto e aceita. Daí nasce a equipe responsável pela fundação do *Jornal Plural Curitiba*. No início, contavam ainda com Maurício e Virgínia Ramos, publicitários que acompanharam o projeto por alguns meses como uma “incubadora”. A mesma equipe que fundou o jornal, dividiu no início a maior parte das funções que, hoje, são realizadas por quase 20 colaboradores. A campanha de financiamento foi criada no dia 22 de dezembro de 2018 e o jornal abriu com uma renda, exclusiva das assinaturas, de aproximadamente 15 mil reais por mês.

Em entrevista, o jornalista Rogerio Galindo considera que o principal é que existia demanda. Ele defende que a partir do fechamento e redução de outros jornais,

²⁷ Tipo de publicidade automatizado por plataformas e softwares intermediários, que ficam entre o anunciante, levando em conta seus interesses, e os sites em que a publicidade será exibida.

“as pessoas precisavam de um jornal da cidade - jornal local, com jornalismo local - a *Gazeta do Povo*, que é o maior jornal da cidade, tinha decidido nacionalizar e deixar a cobertura local de lado. O *Estadinho* [*O Estado do Paraná*] faliu. Enfim, tinha uma série de fatos que tinham deixado o jornalismo local meio descoberto, principalmente com uma visão um pouco diferente. A coisa estava radicalizando muito pra direita, e a gente achou que precisava de uma visão um pouco nova – daí surgiu o nome *Plural*. Não que a gente quisesse fazer um jornal oposto à *Gazeta*, mas um jornal que tivesse uma visão um pouco mais pluralista das coisas, que desse mais oportunidade para que vozes diferentes aparecessem. Daí surgiu a linha editorial: por um lado local, independente, e por outro que tivesse essa capacidade de ouvir vozes diferentes e que não botasse a ideologia na frente dos fatos, mas que botasse pessoas de diversas origens, de diversas crenças, diversas experiências de vida diferentes, pra conversar sobre a cidade.” (GALINDO, 2022).

Apesar da linha editorial conservadora identificada na seção anterior e reiterada por Galindo, o jornalista gostava de trabalhar na *Gazeta do Povo*. Para ele, sempre houve respeito por visões divergentes. É a partir de 2016, segundo ele, que a direção mudou. A mudança societária e de direção na redação ocasionaram uma forte guinada ideológica. A discordância de Galindo em relação às transformações editoriais é o que leva à sua demissão.

Quando questionado sobre a relação entre seu trabalho na *Gazeta do Povo* e a formação do *Plural*, Galindo destaca dois pontos principais: a demissão como reflexo de uma radicalização ideológica serve como gatilho que revela a necessidade de criar um jornal que não se comportasse dessa maneira; seu trabalho com a cobertura política serviu como vitrine para seu trabalho e angariou um público que apostou no *Plural* sabendo que Galindo levaria seu trabalho, já conhecido, adiante (GALINDO, 2021).

Hoje, Rosiane Correia de Freitas é responsável pela gestão, cuidando de questões que passam pelos recursos humanos e financeiro, mas principalmente do Jornalismo. Alberto Benett é o responsável pela parte gráfica do site. Rogerio Galindo fica responsável pela produção de *podcasts* e pela cobertura política, especialmente no ano de 2022 em que ocorrem as eleições. Além disso, Galindo também assumiu a editoria de cultura durante um período. Freitas e Galindo definem a linha editorial do jornal, mas ela identifica que parte de sua função é “ser guardiã dessa linha editorial” e guiar o processo de documentação dessas definições.

A redação é central na estrutura organizacional do *Jornal Plural Curitiba*. Freitas defende que esse é um diferencial deles, pois “tem a impressão de que a redação nesses jornais tradicionais é um grande problema para a empresa, porque ela é custosa e problemática, gerando processo judicial, insatisfação dos anunciantes etc.” (FREITAS, 2022). Ela defende que o negócio do *Plural* é o jornalismo, não a publicidade.

São três departamentos principais: a redação; um departamento comercial, formado por um único profissional, que possui total liberdade em seu departamento, sem interferência do restante da equipe; e um departamento audiovisual, que trabalha com *podcasts* e *YouTube*, a partir de discussões surgidas na redação.

O chefe de redação atuante durante o período desta pesquisa, João Frey, em entrevista, apontou que a equipe se organiza de forma a deixar Galindo realizar o trabalho pelo qual ficou conhecido. Para ele, Galindo é o “camisa 10” e, portanto, tem maior liberdade e independência nos trabalhos que desenvolve, ficando de fora das funções de gestão.

No fim de 2021, segundo Galindo, o jornal contratou assistente para a gerência, que divide as questões burocráticas com Freitas. Com a saída de João Frey, comunicada à redação no dia 15 de dezembro de 2021, Ricardo Medeiros, que era editor de Opinião, assume a chefia de redação. Foi contratado, também, um editor de Cultura.

Quando fundado, o *Plural* possuía uma sede física, utilizada principalmente para reuniões, mas que, segundo Galindo, nunca foi usada como uma redação. Portanto, a pandemia e o *home office* não alterou significativamente o modo como o trabalho era realizado. Nos últimos dias da observação realizada nesta pesquisa foi inaugurada a nova sede do portal, localizada em um *coworking*²⁸.

4.3 A LINHA EDITORIAL DO JORNAL PLURAL CURITIBA

Parte das trajetórias descritas na última seção são responsáveis pela linha editorial do *Jornal Plural Curitiba*. Trata-se de uma linha, segundo a análise de Del Vecchio-Lima et al. (2019, p. 16), pouco delimitada, algo como uma “aposta no escuro”. Mesmo assim, as escolhas aparecem de forma clara nas falas dos integrantes da equipe, como será demonstrado em análise a frente. Mas a apresentação de algumas das características nesse momento contribui para a construção de uma imagem do jornal que acompanhará o leitor ao longo do texto.

Objetivamente, o jornal investe em três temas principais para seu conteúdo informativo:

- a) Vizinhança, editoria semelhante àquela tradicionalmente chamada de “cidades”, que cobre questões gerais que impactam diretamente a vida dos cidadãos;
- b) Poder, que cobre assuntos da política local curitibana e paranaense;
- c) Cultura, trata de assuntos relativos ao campo cultural da capital.

²⁸ Ambiente de trabalho compartilhado por diferentes empresas e pessoas autônomas.

Além deles, existe ainda a editoria de Gastronomia. Durante o período de análise, surge também a editoria de Negócios, que é parte de uma série de novas iniciativas – efetivadas após o período de análise compreendido por este trabalho – e que agrega conteúdos ligados a projetos e empresas da cidade. As editorias de Gastronomia e Cultura possuem editores específicos. As demais são geridas pelo chefe de redação.

Ademais, o jornal possui uma vasta lista de colaboradores de opinião (com artigos, colunas, crônicas e charges), blogs e *podcasts*. Os conteúdos opinativos são controlados pelo editor de opinião, que hoje também é o chefe de redação. O principal interesse da pesquisa, todavia, está no conteúdo noticioso. A organização das publicações pode ser vista na Figura 1.

Figura 1 - Página inicial do *Jornal Plural Curitiba* no dia 23 de maio de 2022

:P PLURAL CURITIBA NOTÍCIAS ▾ CAIXA ZERO ▾ BLOGS ▾ PODCASTS ▾ LOJA f t @ MINHA CONTA **ASSINAR** 🔍



ARTIGOS
Cassação de vereador por entrar em igreja é racista. Entenda
A atual legislatura deixa já um legado de ações que explicitam o racismo institucional que enfrentam os negros curitibanos
ROSIANE CORREIA DE FREITAS



VIZINHANÇA
Peritas identificam violações aos direitos humanos em unidades prisionais do Paraná
REDAÇÃO PLURALJOR.BR



TROCANDO EM MIÚDOS
Manifesto contra posições beligerantes
FELIPE PETRI



FOCA NO JORNALISMO
Casos de suicídio no Brasil seguem em crescimento
ALÉXIA DE CASTRO



CLÓVIS GRUNER
Por que Amália Tortato se incomodou tanto com o Plural?
CLÓVIS GRUNER



ARTIGOS
Carta aberta à vereadora Amália Tortato
RAFAEL MORO MARTINS



PODER
“Só Deus me tira daquela cadeira”, diz Bolsonaro durante Marcha para Jesus em Curitiba
ALINE REIS

Fonte: Reprodução.

Os pilares da cobertura, conforme transparece na fala dos sócios-fundadores, são definidos por um olhar estratégico para o mercado jornalístico de Curitiba. Quando questionados sobre a linha editorial, Rogério Galindo e Rosiane Freitas indicaram três pontos cada um, sendo que um deles foi compartilhado pelos dois.

Os cinco pontos definidos por Galindo e Freitas são:

- a) Jornalismo local, com foco em Curitiba;
- b) Jornalismo de serviço, preocupado com aquilo que impacta diretamente o dia a dia do leitor;
- c) Identificação de tendências, para que a comunidade possa compreender o que está acontecendo e o que deve acontecer com ela;
- d) Independência, no sentido de não se prender a nenhum grupo político-econômico;
- e) Pluralidade de fontes e espaço para pessoas em situação de vulnerabilidade, contra discursos de ódio e radicalizados.

Esses pontos são definidos pelos jornalistas e gestores a partir do diagnóstico que eles fazem sobre o cenário local e geral do jornalismo. Freitas defende que o *Jornal Plural Curitiba* não busca competir em áreas que já possuem fortes representantes, como o jornalismo policial ou esportivo, concentrando seus esforços em áreas descobertas ou nas quais possuem forte especialização e credibilidade. Ambos identificam que há uma fragilidade na cobertura local, com jornais locais investindo em conteúdos nacionais. Transparece na fala de Freitas uma noção de comunidade em relação ao público do jornal, com preocupação em dar condições para que essa comunidade compreenda o mundo e faça suas escolhas de maneira embasada. Galindo defende que, para ser plural, o jornal não pode se comprometer com grupos que exigiriam, em suas palavras, um “monopólio da proximidade” e que, em um momento que os discursos de ódio ganham força, o jornal tem o papel de dar voz a grupos ameaçados.

Por fim, o *Jornal Plural Curitiba*, segundo dados obtidos em entrevistas, ocupa o 5º lugar entre os sites de notícias locais de Curitiba, em termos de audiência, com uma média de 300 mil usuários únicos por mês. Seu público é majoritariamente da classe A e B.

5 MÉTODOS

Este capítulo se concentra em apresentar as escolhas metodológicas adotadas no trabalho. Busca-se descrever objetivamente o caminho percorrido para a definição das técnicas adotadas na pesquisa e apresentar justificativas para a adoção dessas. Recuperam-se, ainda, quadros teóricos e exemplos da adoção de cada uma das técnicas utilizadas na dissertação.

As escolhas realizadas durante uma pesquisa não são em todo arbitrárias ou subjetivas, mas fruto do contato entre autor, objeto e problema de pesquisa. Essas escolhas são, portanto, consequência. Vale destacar que este estudo busca compreender a interface entre a reportagem jornalística e as características do webjornalismo no contexto de crise, identificando as principais transformações sofridas pela prática e indicando-a como possível estratégia de diferenciação adotada por veículos surgidos na internet. Para definir as escolhas metodológicas e guiar a análise e sistematização dos resultados, foram formuladas duas perguntas principais: como a reportagem do *Jornal Plural Curitiba* revela as transformações sofridas pela prática em meio a diversas crises? De que forma as mudanças nessa prática jornalística contribuem para compreender movimentos maiores do cenário jornalístico brasileiro e, mais especificamente, paranaense?

As perguntas se inserem em um contexto amplo que foi debatido nos demais capítulos. Pode-se falar de uma crise no modelo de negócio jornalístico, que tem dificuldade em se manter por meio da publicidade, como se fazia no impresso, rádio e televisão. Ao mesmo tempo, existe uma crise por conta do impacto que a internet possui no modo como as narrativas jornalísticas são construídas, abrindo novas possibilidades e, cada vez mais, necessidades. Por fim, há uma crise maior por conta de um contexto de pós-verdade e difusão de mentiras e desinformação que exige adaptações do jornalismo para competir com conteúdos produzidos por outros atores e para recuperar sua credibilidade.

Compreende-se a reportagem como um dispositivo subordinado ao dispositivo jornal, conforme trabalhado por Mouillaud (2002). São múltiplos os sentidos que a palavra “dispositivo” assume nas ciências sociais ou na filosofia, mas aqui “são os lugares materiais ou imateriais nos quais se inscrevem (necessariamente) os textos” (MOUILLAUD, 2002, p. 34). O dispositivo determina o texto, da mesma forma que é determinado por ele, comandando sua duração e extensão, por exemplo.

Entender o jornal como dispositivo significa dizer que seu conteúdo obedece às regras determinadas por ele, mas que ele também só existe por conta de seu conteúdo. Da mesma

forma, olhar para a reportagem como um dispositivo é pensar que sua forma e seu conteúdo são indissociáveis e que ela se configura como uma matriz dentro do próprio jornal. Olhar para a reportagem também é uma forma de compreender o jornal.

Por isso, a atenção se volta em compreender as características da reportagem, seu lugar, seus modos de existir e o modo como ela é feita, hoje, em um veículo nativo digital que parece explorar o formato por diversos motivos que foram investigados ao longo do trabalho.

Ao olhar para os múltiplos modos possíveis de aproximação com o objeto, parece difícil identificar um método que seja capaz de compreender sua amplitude. Afinal, a ideia não é compreender *somente* as características do conteúdo - buscando identificar recorrências de temas ou tipos de fonte, por exemplo, que poderiam ser exploradas através de uma análise de conteúdo, como se faz no trabalho de Ferigato (2019) - ou entender os discursos que esses veículos constroem - avaliando intencionalidades e sentidos em uma análise de discurso, como no trabalho de Vicenzi (2019) - e nem cabe o estudo de uma narrativa específica - buscando compreender de maneira ampla como esses veículos construíram uma história sobre determinado acontecimento ao longo do tempo, utilizando a análise da narrativa jornalística como é trabalhada por Gonzaga Motta (2005). Por isso, propõe-se a utilização de uma metodologia específica que se inspira em alguns métodos já renomados e no seu entrecruzamento, tendo em vista a necessidade de compreender de maneira complexa múltiplas características do objeto empírico estudado.

Além disso, o *Jornal Plural Curitiba* é um objeto dinâmico, criado há pouco tempo, marcado por muitas transformações e que se utiliza de várias estratégias simultâneas para buscar sua consolidação no mercado jornalístico de Curitiba. Existe, portanto, pouca documentação sobre o *Plural* e ele está em constante adaptação. Essas características trazem a necessidade de métodos igualmente dinâmicos.

Foram utilizadas três técnicas principais para a análise: Observação participante; entrevistas; e análise das publicações. Defende-se que a articulação das três ferramentas possibilitou um olhar amplo para o objeto, fornecendo insumos para encontrar o lugar que a reportagem ocupa nos processos de produção do jornal, analisar os objetivos do veículo e os interesses da equipe nesse tipo de produção, além de identificar quais são as características de suas publicações. Portanto, se mostrou suficiente para alcançar os objetivos da pesquisa, na medida em que evidencia as características da reportagem no *Jornal Plural Curitiba* a partir de múltiplas abordagens. Tais abordagens, quando associadas, revelam um retrato de como o dispositivo reportagem é operado na totalidade do processo jornalístico.

5.1 UM OLHAR INSPIRADO PELA PESQUISA (N)ETNOGRÁFICA

Considerando a intenção deste trabalho em compreender a reportagem como um dispositivo para estudar mudanças sofridas pelo jornalismo em meio às crises, foi necessária a aplicação de uma metodologia capaz de responder essas inquietações quando aplicada ao caso escolhido: *O Jornal Plural Curitiba*.

A tentativa de identificar o papel da reportagem e a possibilidade dela funcionar como uma estratégia de diferenciação dentro do veículo estudado trazem consigo algumas exigências. Para cumprir com tais tarefas, seria necessário conhecer o jornal internamente, analisar suas práticas, suas estratégias e suas intenções para além daquilo que está exposto em seus textos de apresentação ou mesmo em suas publicações jornalísticas.

Parte das estratégias e escolhas de um veículo são manifestadas em suas publicações, mas uma outra parte igualmente importante – que permite compreender as justificativas dessas escolhas – está escondida nos bastidores, nas negociações, na organização interna do jornal e nas percepções manifestadas pelos jornalistas sobre elas.

Um olhar voltado somente aos conteúdos publicados pelo *Jornal Plural Curitiba* seria capaz de identificar características dos seus textos, das fontes utilizadas, dos temas trabalhados e dos seus principais formatos, mas é insuficiente para responder questões acerca da prática da reportagem no jornalismo contemporâneo.

Afinal, não se trata de uma dissertação preocupada com características de gêneros jornalísticos ou formato, apenas, mas com a prática em uma perspectiva ampla, que compreende identidade profissional, mercado jornalístico, estratégias editoriais, rotinas produtivas, entre outras tensões. A reportagem, enquanto formato e prática, serve como um dispositivo para entender angústias gerais do jornalismo. Isso só pode ser realizado em um contato próximo com o veículo estudado.

Esta seção se divide em quatro partes. A primeira delas descreve de maneira breve como se deram as negociações e a abordagem ao *Jornal Plural Curitiba*. A segunda trabalha as bases etnográficas da pesquisa, debatendo alguns princípios metodológicos adotados. A terceira discute as especificidades de uma pesquisa etnográfica realizada no ambiente digital, discutindo a abordagem da netnografia e trazendo exemplos de como a técnica já foi adotada em trabalhos semelhantes. A quarta e última parte aborda especificamente a observação participante e a entrevista como técnicas de pesquisa e o modo como elas foram utilizadas.

5.1.1 A abordagem ao *Jornal Plural Curitiba*

Pelas justificativas apresentadas, a partir da aprovação do trabalho na banca de qualificação, iniciou-se o contato com o jornalista Rogerio Galindo, sócio-fundador do *Jornal Plural Curitiba*. Por alguns motivos, acreditava-se que Galindo seria o principal informante da dissertação: pelo seu papel no jornal, seu status - destacados no capítulo quatro - e pelo fato dele constantemente dar entrevistas sobre o veículo.

Ao mesmo tempo em que se verificava a possibilidade da pesquisa de campo, foram elaborados os documentos necessários para a análise do projeto por parte do Comitê de Ética em Pesquisa envolvendo Seres Humanos da Universidade Estadual de Ponta Grossa (CEP/UEPG)²⁹. Trata-se de um processo que aumenta a credibilidade da pesquisa e do pesquisador responsável em relação aos pesquisados e à comunidade científica como um todo.

Por conta dos riscos que a pesquisa pode apresentar, já que se tratam de profissionais que dependem de sua imagem e credibilidade como um instrumento de trabalho, o pesquisador deve tomar cuidado no processo. É necessário que se tenha noção desse risco durante o estudo, evitando constrangimentos, agregando e utilizando apenas aquelas informações que são essenciais para a compreensão do objeto analisado.

A partir do contato com Galindo, percebeu-se que havia um interesse de cooperação por parte do jornal com a pesquisa. O jornalista se mostrou receptivo, tanto para entrevistas como para a observação participante na redação. Visando os acordos realizados na etapa de negociação, todos os dados coletados a partir da observação preservarão a identidade dos participantes, trocando seus nomes por descrições genéricas de suas funções, garantindo o sigilo de seus dados.

Além dos riscos já apresentados, tratava-se também de um momento intenso de pandemia de Covid-19. As observações foram todas realizadas de maneira virtual, já que é onde se concentra o trabalho do jornal analisado. Porém, realizou-se visita à sede do portal e uma entrevista presencial, tendo em vista que algumas nuances se perdem no contato digital. Durante o encontro presencial, foram respeitados todos os protocolos exigidos, como o uso de máscaras e distanciamento entre os presentes. Considera-se, ainda, que todos os participantes da pesquisa se encontram vacinados com, no mínimo, duas doses contra a Covid-19.

Compreende-se também que a pesquisa em ambientes digitais apresenta riscos específicos. Todos os cuidados possíveis, como o armazenamento das entrevistas offline e o

²⁹ O Certificado de Apresentação de Apreciação Ética (CAAE) do projeto é 53127321.0.0000.0105. Os pareceres encontram-se nos anexos do trabalho.

compartilhamento exclusivo com o orientador. Mais detalhes acerca de procedimentos internos à pesquisa podem ser encontrados nos pareceres do CEP, nos anexos do trabalho, tendo em vista que se tratam de informações complementares à análise.

O *Jornal Plural Curitiba* já foi objeto de outras análises, mas nunca foi estudado com a utilização de técnicas etnográficas. Os trabalhos usaram somente entrevistas com o *publisher* do jornal. Aqui, consideram-se as entrevistas essenciais para a compreensão de determinadas escolhas, mas elas são complementares a um processo de observação participante que deve permitir identificar, para além daquilo que é compreendido e reproduzido nas falas dos jornalistas, rupturas e discrepâncias. “Só a partir disto, torna-se possível estabelecer sentido e compreender aquilo que chamamos de ‘normal’, de ‘coerente’, de ‘natural’, de ‘rotina’” (BRONOSKY; SCHOENHERR, 2016, p. 7).

5.1.2 Mobilizando bases etnográficas

Reconhecendo a necessidade de contato com a produção do jornal e destacando os riscos e benefícios que acompanhariam tal decisão, em paralelo às negociações e procedimentos legais que envolvem o processo, também foi preciso recuperar na bibliografia as características dessas técnicas. Mobilizou-se, para isso, aspectos da etnografia para então chegar às adaptações dessas mesmas técnicas a situações mediadas por dispositivos tecnológicos.

Considera-se que as ideias e objetivos se mantêm, mas que ainda se busca compreender quais as especificidades do ambiente on-line e o que ele exige do pesquisador. Por isso, vale destacar que esse estudo é, além da comprovação de hipóteses e desenvolvimento teórico, um experimento metodológico de uma técnica de pesquisa que se desenvolve na medida em que as operações e uso destas ferramentas são intensificadas.

Compreende-se que a pesquisa de campo tem como objetivos “compreender aspectos da cultura dos participantes, suas visões de mundo e práticas sociais e culturais (aspectos internos de um determinado grupo) e demanda observações prolongadas” (MAINARDES, 2009, p. 102), utilizando uma série de técnicas tais como a observação participante e a entrevista.

A imersão realizada neste trabalho teve a duração de duas semanas. Considerando as características de uma redação jornalística e o ritmo de trabalho, entende-se que a intensidade da pesquisa participante é diferente. Não se descarta a noção de que um período mais longo de observação seria produtivo para uma melhor aplicação das técnicas da etnografia, mas

defende-se que as duas semanas de observação oferecem insumos para a análise proposta. Afinal, se trata de um estudo de inspiração etnográfica, mas que não se propõe a aplicar métodos com larga tradição na antropologia.

Durante o período observado foi possível acompanhar negociações jornalísticas e processos de produção de 62 pautas – algumas de seu surgimento até a publicação – com pesos diferentes entre si e que exigiram técnicas específicas da equipe do jornal, gerando também publicações com características singulares. A observação, somada às seis entrevistas e ao olhar para o produto finalizado, constitui material de análise para construir indicações relacionadas ao problema dessa pesquisa e até mesmo indagações complementares que podem resultar em análises posteriores.

O acesso, que costuma ser difícil em pesquisas deste tipo, foi facilitado pela abertura do jornal ao pesquisador. A receptividade pode ter sido motivada pelo perfil do veículo, explicitado pelos entrevistados, pela carreira acadêmica de alguns dos gestores, ou mesmo pelo fato de que não existiram experiências anteriores.

A etnografia, nascida na Antropologia, surge como uma técnica para compreender culturas exóticas ou primitivas e tem em seu cerne a ideia de inserir-se em um grupo, observá-lo, escutá-lo, fazer perguntas e coletar documentos como forma de compreendê-lo (BRONOSKY; SCHOENHERR, 2016; HAMMERSLEY; ATKINSON, 2007; MAINARDES, 2009). Apesar de sua origem, passou por transformações ao longo da história até chegar ao modo como é utilizada hoje.

Uma das grandes contribuições à etnografia aplicada ao jornalismo veio com a Escola de Chicago na década de 1920. Os pesquisadores mudaram o foco dos estudos, preocupando-se com grupos próximos, buscando compreender os centros urbanos e suas “tribos”. A partir desse movimento, por volta dos anos 1960, a etnografia passou a ser apropriada para estudos em diversos tipos de grupo e com abordagens advindas de diferentes disciplinas, deixando de ser exclusiva da antropologia e da sociologia (HAMMERSLEY; ATKINSON, 2007).

O uso dado à etnografia a partir da Escola de Chicago, a mudança de foco do extraordinário para o banal, é o que possibilitou sua utilização nos estudos do Jornalismo (MATEUS, 2015). Considera-se ainda, que o foco no ordinário, sobretudo nos estudos em jornalismo digital, auxilia no sentido de evitar eventuais deslumbres causados pela inovação tecnológica – como algo extraordinário – no campo jornalístico.

No jornalismo, as técnicas da etnografia são constantemente utilizadas, principalmente em estudos relacionados ao *Newsmaking*, um “tipo de estudo circunscreve-se ao paradigma

construcionista das teorias do jornalismo, que percebe o jornalista como elemento fundamental na produção da notícia” (SILVA, 2010, p. 68).

Apesar da pesquisa de campo envolver a inserção em um grupo, esta pode ocorrer em diversos níveis, conciliada com a participação do pesquisador no grupo estudado. Junker (1960) organiza a participação em quatro diferentes tipos. São eles:

1. Participante completo: em que o pesquisador participa ou passa a participar inteiramente das atividades do grupo analisado, conciliando tais atividades com a observação, que ocorre de maneira escondida. O olhar interno pode dificultar a compreensão das relações do grupo específico com a sociedade de modo geral. O grupo compartilha segredos e informações confidenciais com o pesquisador, coisas que não seriam compartilhadas com “outsiders”;

2. Participante como observador: a atividade de observação não é secreta, mas fica em segundo plano. O grupo sabe que está sendo observado, mas a visão primária que possui do pesquisador é de um participante, dadas as atividades que ele desenvolve em campo. Pode dificultar a obtenção de informações sensíveis e quando elas são obtidas, cabe ao pesquisador avaliar o que pode revelar. O pesquisador é tratado como “amigo”, e não como “intruso”;

3. Observador como participante: desde o início, o pesquisador revela quais são suas intenções e as atividades que realizará. As atividades não são escondidas. É possível obter um grande número de informações, inclusive secretas, desde que o grupo confie no cientista. A liberdade de acesso a informações sensíveis vem acompanhada da necessidade de omitir parte delas na escrita do trabalho, de acordo com contrato realizado entre as duas partes envolvidas. Tal restrição, a depender de sua intensidade, pode limitar o nível da contribuição científica da publicação do estudo;

4. Observador completo: o observador não é visto e analisa o comportamento do grupo sem que ele saiba que está sendo observado. Ou, então, seu papel como observador é explicitado para o grupo, que concorda e garante que não existirão segredos ou assuntos proibidos. A possibilidade desse tipo de observação é questionável, segundo o próprio autor, dado o impacto que a observação, inevitavelmente, causará no grupo em questão.

A divisão realizada pelo autor parece bastante delimitada, mas ele próprio afirma que durante uma pesquisa, o observador pode oscilar entre as categorias (JUNKER, 1960, p. 38). As definições estão aqui explicitadas para demonstrar as intenções do pesquisador e os diferentes papéis que assumiu durante o período de observação no *Jornal Plural Curitiba*.

Desde o início, a participação e observação foram realizadas com o consentimento da equipe do jornal; os objetivos eram claros e eles sabiam que estavam sendo observados. Acordos foram realizados ao longo do percurso, deixando claro que só seriam utilizadas questões que pudessem auxiliar na pesquisa. Portanto, pode-se considerar que o pesquisador se aproxima da categoria de “observador como participante”. Porém, compreende-se que as categorizações servem como um elemento pedagógico e podem ser limitantes nas ações do estudioso.

Durante todo o período do estudo foram realizados registros sistemáticos da experiência do pesquisador dentro dos grupos do jornal. Anotaram-se, ainda, conversas paralelas e, outras que, em princípio, são exclusivas à dinâmica do jornal e das pessoas ali envolvidas. As anotações converteram-se em um caderno de campo que se configura como um relato dos acontecimentos ao longo tempo da observação. Este caderno é o que foi analisado na pesquisa. Trechos e ocasiões são recuperadas ao longo da análise. Apesar de reconhecer a importância documental do caderno de campo, optou-se por não divulgá-lo na íntegra por conta das negociações realizadas com a gestão do jornal.

Vale destacar, ainda, que algumas das principais motivações para a adoção do método etnográfico no jornalismo estão justamente na compreensão dos jornalistas como uma tribo com costumes e valores compartilhados (TRAQUINA, 2020) e na tentativa de desvelar a construção da notícia enquanto um processo complexo. Tais métodos ocupam pesquisas dentro de programas de pós-graduação em jornalismo e/ou comunicação, mas também em programas em antropologia que se voltam a compreender também algumas especificidades do jornalismo (MENDES, 2013).

Um dos estudos clássicos dentro do jornalismo é o de Gaye Tuchman (1983), que busca identificar as motivações dos jornalistas ao definir o que é notícia. Utilizando a observação participante, a autora descreve e analisa situações reais enquanto dialoga com a teoria. Trata-se, portanto, de “perceber a criação de significados que estão imbricados tanto na cultura da sociedade geral quanto na cultura específica de uma ‘tribo’, a dos jornalistas”, como trabalha Veiga da Silva (2010, p. 68) ao defender o uso da etnografia em seu estudo voltado para as percepções de gênero dentro do jornalismo.

Em um momento de transformações intensas nas práticas jornalísticas, compreender as rotinas próprias da profissão, determinadas e determinantes para a produção e circulação das notícias, parece importante (TRAVANCAS, 2010, p. 83), inclusive por considerar-se que tais mudanças podem impactar inclusive na constituição da identidade dos jornalistas e nos significados compartilhados entre eles.

Träsel (2014), por exemplo, observa uma equipe de jornalistas de dados e identifica contaminações entre aspectos da ética hacker e da cultura jornalística. Novamente, se trata de analisar a manifestação da identidade e das crenças na prática diária da profissão. Esta dissertação, em certo grau, também se preocupa em compreender essas manifestações. Busca-se a cultura da reportagem, que surge como um dos principais motivadores para a produção desses tipos de materiais hoje.

5.1.3 Pesquisando campos virtuais

Há uma especificidade relevante na pesquisa: o fato dela ser realizada em ambiente digital. Isso se deu por conta da configuração do próprio jornal, que no período estava exercendo suas atividades exclusivamente on-line. O trabalho de campo virtual “está assumindo importância cada vez maior em um mundo social que é simultaneamente global e digital para algumas populações” (HAMMERSLEY; ATKINSON, 2007, p. 137, tradução nossa³⁰), mudando inclusive nossas noções sobre o que é campo. Os pesquisadores destacam que:

[...] apesar de espaços e objetos físicos sempre terem sido importantes para o comportamento humano, recentemente os espaços virtuais criados por dispositivos de comunicação fixos ou móveis ganharam significação cada vez maior. Apesar de alguns etnógrafos terem dado muita atenção a ‘culturas on-line’, há talvez menos consciência sobre como esses espaços virtuais moldam formas mais ordinárias de interação social, como interação virtual se entrelaça com a face a face e assim por diante (FRANKLIN; LOWRY, 2001 apud HAMMERSLEY; ATKINSON, 2007, p. 137, tradução nossa³¹)

Hine (2004), ao tratar da etnografia virtual, defende que apesar da crise à qual está submetida a etnografia por conta da necessidade de adaptação ao ambiente digital, ela se constitui como um método frutífero justamente para perceber como se dão as adaptações, inclusive culturais, às novas tecnologias.

As comunidades on-line são capazes de formar relações tão fortes quanto na interação face a face e que cultura e tecnologia são “codeterminantes e coconstrutivas” (KOZINETS,

³⁰ No original: “Virtual fields and virtual fieldwork are now possible, and are assuming increasing significance in a social world that is simultaneously global and digital for some populations”.

³¹ No original: “Finally, we should note that while physical space and objects have always been important for human behaviour, in recent times the virtual spaces created through fixed and mobile communication devices and the internet have gained increasing significance. While some ethnographers have given much attention to ‘online cultures’, there has perhaps been rather less awareness of how these virtual spaces shape more ordinary forms of social interaction, how virtual interaction intertwines with that which is face-to-face, and so on (Franklin and Lowry 2001)”.

2014, p. 28) e que, por isso, é necessário levar em conta os fatores tecnológicos, mas não acreditar que eles são capazes de determinar a cultura de um grupo.

O fato de se tratar de uma redação que se organiza de forma on-line, mas que não foi criada necessariamente na internet, também é determinante e descarta algumas fortes características da internet, como o anonimato, por exemplo. Mesmo assim, parte disso é reconhecido na observação quando ainda não tenho acesso aos nomes e fotos dos participantes do grupo do *Whatsapp* e, portanto, não tenho como identificá-los, algo que não aconteceria em uma observação face a face.

Justamente por essa característica, a pesquisa, segundo as definições de Kozinets (2014) é uma pesquisa on-line em comunidades e não uma pesquisa em comunidade on-line. A diferença é determinante, porque esse tipo de estudo escolhe grupos que existem na realidade e cujas interações on-line conformam algumas de suas especificidades reais.

A netnografia possui uma série de especificidades quando comparada à etnografia. A primeira delas é que o fator tecnológico altera substancialmente a interação: o tempo de resposta é maior, a comunicação pode ser assíncrona e os modos para representação de emoções são diferentes; pode existir o anonimato; os grupos são acessíveis para pessoas que estão em diversos lugares do mundo; e, por fim, tudo fica arquivado e continua disponível depois de publicado (KOZINETS, 2018).

No jornalismo, existem diversos exemplos de pesquisas que utilizaram a técnica com diferentes objetivos. Patrício e Batista (2020), por exemplo, utilizam a etnografia virtual como um movimento exploratório para investigar o discurso de veículos independentes e a construção de suas identidades. O processo etnográfico, todavia, é quase um relato da experiência do usuário/pesquisador ao consultar os sites das iniciativas.

Souza e Xavier (2018) observaram 15 grupos de *WhatsApp* do *Portal ARede* de Ponta Grossa com leitores de bairros diferentes para entender as dinâmicas de interatividade e circulação de notícias do portal. Lucena (2020) observou o grupo de *WhatsApp* da redação virtual do site *SelesNafes.com*, do Amapá, para identificar o impacto das métricas na produção e as principais estratégias utilizadas pelos jornalistas na produção de materiais bem-sucedidos na internet.

Destes trabalhos apresentados como exemplos de uso da netnografia, o último é o que mais se aproxima desta dissertação, por se tratar de um estudo sobre uma redação jornalística organizada no ambiente virtual, em busca de compreender, em parte, suas estratégias relativas aos modos como a reportagem é apropriada. Trata-se de um método frutífero para o estudo de

grupos organizados no ambiente digital e considera-se que, somado às demais técnicas adotadas, foi capaz de oferecer materiais consideráveis para análise.

5.1.4 Entrevistando jornalistas

As entrevistas, complementares ao processo de observação participante, foram determinantes para a pesquisa, tanto para a compreensão de aspectos que ficaram em aberto na observação, quanto para compreender questões específicas e percepções dos jornalistas sobre sua prática. Segundo Duarte:

entrevistas são fundamentais quando se precisa/deseja mapear práticas, crenças, valores e sistemas classificatórios de universos sociais específicos, mais ou menos bem delimitados, em que os conflitos e contradições não estejam claramente explicitados (DUARTE, 2004, p. 215)

A entrevista, enquanto “encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 195), se apresenta como um método frutífero para compreender as estratégias do *Jornal Plural Curitiba* em relação às crises. As entrevistas foram semiestruturadas, baseadas em um roteiro de perguntas e intenções³², mas dando liberdade ao pesquisador para pensar novos caminhos e questões a partir das respostas da pessoa entrevistada (MANZINI, 1990). Busca-se, portanto, escapar de uma visão que coloca entrevistadores como meros “intermediários” (THIOLLET, 1987, p. 80) que aplicam um questionário ao entrevistado.

As abordagens qualitativas, como as entrevistas, tem sido utilizadas em pesquisas sobre jornalismo no Canadá, Brasil e França, possibilitando levar-se em conta ações e atitudes do pesquisador e também os atores investigados através de suas trajetórias e discursos (BROUSTAU et al., 2012, p. 15).

Popular nas ciências sociais, a entrevista na pesquisa em jornalismo cumpre diversos objetivos, tanto como técnica complementar, quanto como técnica principal. Guilhermano (2019), por exemplo, utiliza entrevistas para compreender as histórias de jornalistas inseridos em um contexto de transformação do jornalismo industrial para o pós-industrial. Trata-se de um uso preocupado em reconhecer histórias de vida através dos relatos das fontes.

Com objetivo mais amplo, Tavares (2018) utiliza as entrevistas para compreender o processo de transformação do jornal *Gazeta do Povo* e a extinção de seu jornal impresso

³² O roteiro utilizado está disponível no Apêndice C.

através de relatos dos jornalistas, identificando aspectos econômicos e editoriais no contexto dessas mudanças.

De modo ainda mais amplo, Travancas (2021) utiliza as entrevistas em sua pesquisa etnográfica para compreender aspectos da identidade jornalística e como ela se constitui nas carreiras de jornalistas.

Dentre os trabalhos que se aproximam do tema desta dissertação, o de Lenzi (2011) utiliza as entrevistas com profissionais para analisar os desafios inerentes à necessidade de produção multimídia em jornais no contexto de convergência. Da mesma forma, Carvalho (2018) aplica entrevistas com o objetivo de comprovar hipóteses de pesquisa sobre a produção de grandes reportagens multimídia, produção multiplataforma, entre outras questões.

Percebe-se que se tratam de trabalhos preocupados com a prática jornalística, com o modo como grandes dilemas e transformações impactam diretamente o dia a dia dos jornalistas em seu trabalho. Todos os citados entrevistam jornalistas. Faz-se importante destacar que a entrevista para fins científicos é diferente de uma entrevista para fins jornalísticos, mas, mesmo assim, a expertise de repórteres com essa técnica traz especificidades para a prática. Tratam-se de fontes especializadas.

Por isso, pesquisadores problematizam a questão da entrevista com jornalistas e destacam suas especificidades, aconselhando pesquisadores a adotarem posturas diferenciadas (BROUSTAU et al., 2012; PEREIRA; NAVES, 2013). Algumas das sugestões destacadas por Pereira e Naves (2013) são: fazer a entrevista durar; transformar entrevista em conversa; agir como se as falas do entrevistado não fossem importantes, entre outras técnicas que foram levadas em conta na realização das entrevistas para esta pesquisa.

Além disso, Pereira e Naves (2013) destacam a questão do “idealismo oficial”, recuperado também por Tavares (2018). Segundo os autores, jornalistas tendem a apresentar respostas que estejam em consonância com os ideais da profissão. É necessário levar isso em conta ao longo da análise das entrevistas.

Na próxima seção, serão descritas questões práticas da execução da observação participante e das entrevistas com seis jornalistas do *Jornal Plural Curitiba*.

5.1.5 O processo de observação participante e de entrevistas

Tendo descritos os processos de abordagem e alguns fundamentos etnográficos que inspiraram a pesquisa, vale descrever, antes de partir para outras técnicas adotadas, como se deram a observação participante e as entrevistas. O pesquisador se inseriu no grupo de

Whatsapp utilizado para a comunicação entre a equipe do jornal e acompanhou as reuniões de pauta diárias, realizadas na plataforma *Google Meet*, entre os dias 06 e 17 de dezembro de 2021. Houve ainda uma visita presencial à sede do jornal³³.

Considera-se que, a partir do momento em que se inicia a observação, tudo se torna relevante. Durante a análise dos dados coletados é que foram avaliados os pesos que deveriam ser dados a cada uma das interações. Para registro, o pesquisador mantém um diário de campo.

A coleta é organizada de acordo com os ambientes e as datas e pode usar ferramentas tecnológicas. Nessa pesquisa, optou-se pelas anotações digitais e acompanhamento constante da comunidade. Trata-se de um ambiente de trabalho com horários relativamente definidos, mas as interações virtuais podem acontecer, inclusive, fora do horário de trabalho. O fato de ser uma observação virtual facilita o acompanhamento de todos os momentos do grupo, independentemente do lugar onde o pesquisador esteja.

O primeiro passo para organização do caderno de campo foi a elaboração de uma lista com todos os participantes do grupo do *Whatsapp*. Essa lista foi atualizada durante todo o período de observação, na medida em que as pessoas interagiam. O caderno foi organizado de acordo com as datas e, dentro das datas, optou-se por separar as interações do grupo de *Whatsapp* e a descrição das reuniões de pauta, feitas por videoconferência. Cada dia no caderno, portanto, conta com uma descrição detalhada de todas as interações no grupo do aplicativo de mensagens e uma subdivisão chamada “Reunião de pauta”, onde descrevem-se as reuniões.

As interações foram organizadas de acordo com o horário em que aconteceram. Anotaram-se todas as mensagens e os horários em que foram enviadas. Quando ocorreram interações mais longas, anotou-se o período em que as interações se deram.

A observação no grupo do *Whatsapp* foi menos intensa em relação à quantidade e velocidade das interações. A característica de arquivamento das mensagens possibilita recuperar as mensagens que chegaram no momento em que estava longe do celular, por exemplo. Mesmo assim, buscou-se ficar o tempo todo atento e anotar as informações no momento em que elas surgiam, acompanhando interações em tempo real. O acompanhamento constante possibilita evidenciar características como o maior tempo de resposta e o aspecto assíncrono da comunicação, destacados por Kozinets (2014). Além disso, o *Whatsapp* permite a exclusão de mensagens, o que poderia impedir a recuperação mais tarde.

³³ A visita foi realizada no dia 21 de janeiro de 2022.

Já nas reuniões de pauta, as interações são mais rápidas, algo característico da profissão jornalística. As anotações, portanto, carregam o horário de início e fim da reunião, com um descritivo das interações entre eles. Tais reuniões são mais semelhantes às interações face a face, mas possibilitam participação de pessoas de vários locais diferentes e omissão de áudio e vídeo, caso o usuário deseje, o que dificulta a captura constante de reações.

Nas chamadas de vídeo, anotou-se o momento em que o pesquisador entrou na reunião e quem já estava na sala. O período inicial da reunião, enquanto ocorriam conversas descontraídas, permitia fazer observações gerais sobre os locais onde os jornalistas se encontravam, quais eram seus ambientes de trabalho, se eles estavam com suas câmeras e microfones ligados, entre outras questões. Ao longo da reunião, na medida em que novos participantes entravam na reunião, isso também foi registrado. Buscou-se anotar as interações e, nos seus intervalos, realizar observações sobre as características de cada um dos participantes em seus ambientes “reais”, para além do virtual, na medida em que isso era possível.

Outra especificidade do ambiente virtual são os problemas técnicos que determinam tanto a prática jornalística on-line quanto seu estudo. Houve instabilidade na internet durante algumas reuniões e entrevistas. Além disso, os jornalistas ocupam dois espaços ao mesmo tempo: o profissional e o doméstico. Esse duplo papel causa, muitas vezes, conflito nos afazeres. Tratam-se de desafios e particularidades da pesquisa em ambiente digital. Os mesmos desafios são também potencialidades, já que permitem reconhecer especificidades e analisar criticamente a organização jornalística em ambiente virtual.

Durante todo o processo, tratou-se o diário de campo como um relato sobre aquilo que estava em observação. Apesar de descrever as interações do modo como elas ocorreram, em diversos momentos, o pesquisador se coloca como parte da interação, como alguém que ainda não sabe exatamente do que certas coisas se tratam, não conhece determinadas pessoas e tem dúvidas sobre o seu papel/lugar naquele grupo. Esse tipo de anotação ajuda no processo de análise para que, apesar de distanciada, a visão sobre os acontecimentos não deixe de lado também a experiência do observador.

Durante as duas semanas de observação, foram levantadas 62 pautas. Aquelas que surgiram e foram publicadas nesse período, puderam ser acompanhadas em todas as suas etapas. As pautas foram organizadas em uma planilha e passaram por análise semelhante àquela realizada nos materiais do recorte temporal descrito no próximo subcapítulo (5.2), agregando ainda aspectos de bastidor específicos da produção, como valores atribuídos nas reuniões, fonte das ideias, informantes chave, debates, tempo de desenvolvimento e desafios

nos processos. Trata-se de uma técnica complementar que visa produzir mais insumos para análise.

As entrevistas foram realizadas de maneira individual com dois dos sócios-fundadores, o editor-chefe e três repórteres. A entrevista com Rosiane Correia de Freitas ocorreu em dois momentos distintos, o primeiro virtual e o segundo presencialmente, na sede do jornal, para a obtenção de informações complementares. As demais entrevistas foram digitais.

Optou-se por gravar todas as entrevistas, com o consentimento dos entrevistados, e transcrevê-las posteriormente. As transcrições se encontram nos apêndices do trabalho. A identidade das pessoas em cargo de reportagem foi preservada por constatar-se que se encontram em posições de maior fragilidade na hierarquia profissional. Portanto, omitiram-se seus nomes e demais informações que pudessem identificá-las.

O tempo médio das entrevistas foi de 47 minutos, sendo que a mais longa durou 1h03m e a mais curta durou 35m43s. A transcrição foi realizada manualmente, evitando ferramentas de transcrição automática, já que se trata da voz e de informações pessoais dos entrevistados.

5.2 EM BUSCA DAS REPORTAGENS

Em paralelo à observação e às entrevistas, também se realizou um processo de análise das publicações feitas pelo *Jornal Plural Curitiba*. O objetivo desse movimento é identificar quais as características dos materiais publicados no site, tendo como base a bibliografia consultada para a discussão teórica. Serve como inspiração ao método adotado a Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977), tendo em vista seu caráter exploratório e categorial.

O recorte para análise consiste em um mês composto. Ou seja, foram escolhidos quatro meses e uma semana de cada um deles. A partir dessa escolha, foi agregado o volume total de publicações e realizada uma análise exploratória identificando características gerais e específicas do conteúdo jornalístico, buscando a reportagem dentro do *Plural*.

A escolha de um recorte amplo busca evitar coberturas de eventos específicos, adicionando certo grau de aleatoriedade nos materiais analisados. Como a observação preliminar já havia sistematizado as publicações da primeira semana de janeiro, ela foi a primeira do recorte final. Foram analisadas, portanto, as postagens das seguintes semanas (todas do ano de 2021): 1ª de janeiro; 2ª de abril; 3ª de julho; e 4ª de outubro. O ano foi dividido de forma quadrimestral e as semanas foram escolhidas de acordo com a ordem dos meses. Somando, agrega-se um mês completo, excluindo-se os finais de semana.

Neste recorte, estavam publicações das editorias Poder, Vizinhança e Cultura, deixando de lado artigos de opinião, colunas e charges. Na primeira semana de janeiro, algumas das publicações faziam parte do Festival de Jornalismo Literário, uma parceria entre o *Jornal Plural Curitiba* e faculdades de jornalismo de Curitiba e Ponta Grossa. Os textos foram mantidos no recorte, apesar de reconhecer que se trata de uma iniciativa isolada.

Para a coleta dos textos, optou-se pela utilização de uma ferramenta de raspagem, que agregou em uma planilha os títulos, editorias, autores e datas de publicação de todos os textos do *Plural* entre o dia quatro de janeiro de 2021 até o dia 23 de março 2022, momento da coleta. A partir disso, mantiveram-se os textos das categorias Cultura, Gastronomia, Negócios, Notícias, Poder e Vizinhança. É um total de 2069 textos que, além de facilitar a delimitação dos conteúdos que seriam analisados, possibilitou uma análise quantitativa que pode identificar média de publicações diárias, média de caracteres por texto, editorias e autores mais frequentes, tendências de aumento no número de publicações, entre outros dados que ajudam a construir um retrato do portal analisado.

No recorte final, com o mês composto, somam-se 104 publicações. A leitura dos materiais buscou identificar qual é o foco do texto, se ele se preocupa com um fato ou um assunto, se ele extrapola a singularidade dos fatos, avançando para a particularidade ou para singularidades complementares, qual é o número de fontes consultadas, entre outras características. Outras 62 pautas foram analisadas durante sua produção, na observação participante realizada no jornal. Trata-se de uma análise diferenciada, já que foi possível acompanhá-las desde seu surgimento nas reuniões de pauta até sua publicação ou não.

O uso de categorias neste trabalho se dá de modo quase instintivo, como um processo cognitivo, “intrínseco ao pensar e ao agir humanos” (SILVA; LIMA, 2011, p. 306). “Trata-se de um mecanismo cognitivo que simplifica a experiência e a relação dos indivíduos com o ambiente, possibilita aos seres comparar situações e estabelecer posições sobre as mesmas” (SILVA; LIMA, 2011, p. 306).

As categorias, portanto, servem como um modo de organizar e perceber semelhanças e/ou diferenças entre os materiais analisados, além de se tratar de uma forma de sistematização do processo de análise, operacionalizando também a descrição do trabalho. A investigação se deu de maneira exploratória, adaptando-se conforme as necessidades encontradas no percurso, e as grandes planilhas geradas, apesar possibilitarem análises quantitativas, são apropriadas de modo a realizar um olhar qualitativo amplo da produção realizada pelo jornal.

5.3 UM CASO PARA PROJETAR O TODO

Para além dos métodos já descritos nas seções anteriores, de inspiração etnográfica e de um olhar sistemático sobre o conteúdo publicado, a pesquisa se inspira também na metodologia do estudo de caso.

Parte-se da noção de que os estudos de caso preocupam-se em compreender fenômenos específicos como parte de um contexto, utilizando variadas ferramentas de análise complementares e trazendo reflexão conceitual constante no diálogo com o objeto estudado. Uma das adaptações que inspira esta dissertação é a metodologia híbrida defendida por Machado e Palacios (2007), desenvolvida a partir de uma longa trajetória na pesquisa sobre jornalismo on-line no Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Percebe-se nesse método a potencialidade de compreender aspectos gerais a partir de um caso específico.

Yin (2015) realiza diversos apontamentos sobre o uso do estudo de caso, identificando que é um método que pode ser utilizado quando a questão de pesquisa é do tipo “como” e “por que”, quando o pesquisador não tem controle sobre os eventos e quando os fenômenos estudados estão inseridos em um contexto da vida real. Ou seja, trata-se de um método essencialmente preocupado com questões contextuais, que se baseia em múltiplas fontes de evidência e, ainda segundo Yin (2015, p. 58), se aproveita de proposições teóricas anteriores para conduzir a coleta e a análise de dados.

Um exemplo destas potencialidades é o trabalho de Mota (2019). O que motiva a adaptação do percurso metodológico é o diálogo constante entre teoria e prática durante todo o texto, a investigação ampla de diversos aspectos de um mesmo objeto e a apresentação de uma nova visão sobre o estudo de caso, onde o objeto empírico serve como um local de investigação e problematização de conceitos, e não somente como algo a ser descrito.

O “caso” do estudo como um todo, aqui, deixa de ser um veículo ou produto jornalístico específico que terá suas práticas e características descritas, mas um fenômeno amplo, que é a reportagem na web em um determinado contexto.

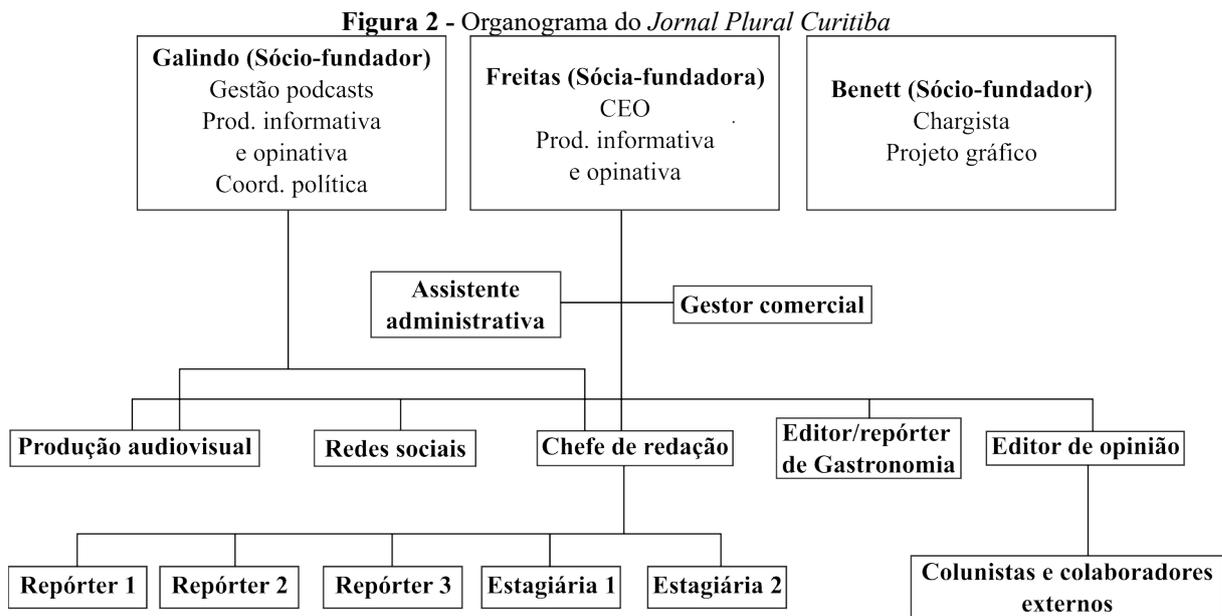
Ao contrário dos estudos de caso tradicionais [...] nas pesquisas dos membros do GJOL os estudos de caso são uma etapa de um processo de combinação de metodologias que objetiva a máxima amplitude na descrição, explicação e compreensão do objeto, sendo utilizados para ilustrar argumentos (MACHADO; PALACIOS, 2007, p. 205)

Trata-se de um modelo em que “procedimentos de pesquisa qualitativa e quantitativa são ações complementares” em um processo de compreensão conceitual (MACHADO; PALACIOS, 2007, p. 200). Realiza-se, portanto, uma ampla revisão bibliográfica e reflexão conceitual, somada à análise quantitativa e qualitativa do conteúdo publicado pelo *Jornal Plural Curitiba* e procedimentos etnográficos que absorvem os aspectos da prática jornalística realizada pelo portal. Tais técnicas permitem identificar o lugar da reportagem na rotina do jornal, as características dessas publicações, os objetivos do veículo no jornalismo local e os interesses dos gestores e repórteres nesse tipo de produção. Com isso, foi possível apresentar resultados complexos sobre o fenômeno específico do jornal curitibano e o lugar estratégico ocupado pela reportagem na consolidação da iniciativa jornalística. Além disso, produzir insumos para pensar a reportagem no jornalismo de modo geral.

6 A REPORTAGEM NO *JORNAL PLURAL CURITIBA*: ENTRE O ROMANTISMO E O PRAGMATISMO

As duas semanas de observação participante, nas quais surgiram 62 pautas, as seis entrevistas com jornalistas e a análise de 104 publicações possibilitaram a produção de diagnósticos sobre a reportagem no *Jornal Plural Curitiba*. Este capítulo organiza os resultados em três categorias principais: Os **motivos para reportagem**, aquilo que faz com que a reportagem seja valorizada ou produzida dentro do portal; os **limitadores**, que impedem e/ou dificultam a produção de reportagens, seja pelo olhar da administração, seja para os repórteres; o que **transparece na prática**, aquilo que se percebe ao olhar para as publicações feitas no site ao longo do tempo analisado.

Antes de apresentar esses resultados, vale descrever aspectos da organização do *Jornal Plural Curitiba* obtidos por meio de observações e entrevistas. O organograma da figura 2 demonstra a estrutura hierárquica do jornal e a ocupação de cada um na organização.



Fonte: do autor.

O cronograma é um retrato das funções observadas no final do ano de 2021. Através dele, percebe-se que Freitas assume uma posição de gestão e chefia em relação a todas as áreas do jornal. A jornalista é ativa nos grupos do jornal, faz reuniões com funcionários, estabelece metas e estratégias, está por dentro das estatísticas do portal, contata parceiros e até sugere assuntos a serem pautados pela redação.

Já Galindo volta-se prioritariamente à gestão de departamentos de produção de conteúdo (produção audiovisual e redação). Além disso, o jornalista assume papel central na identidade do jornal. Em alguns momentos, ele parece “a cara” do *Plural*. Afinal, o jornal foi criado a partir de sua demissão da *Gazeta do Povo* e sua trajetória como colunista e jornalista fez dele uma figura conhecida. A sua proximidade com o colunismo pode ser, inclusive, determinante para a grande presença de conteúdo opinativo no jornal e também representativa do prestígio assumido pelo jornalista.

Benett é responsável pelo projeto gráfico do jornal. Além disso, ele produz charges publicadas frequentemente e ilustrações para matérias ou colunas. Alguns brindes para assinantes do *Plural* são produzidos também pelo chargista. Ele não esteve envolvido diretamente na gestão durante o período observado.

Os departamentos de produção audiovisual, redes sociais, gastronomia, opinião e a redação conversam entre si, mas assumem lugares independentes. O chefe de redação gesta, objetivamente, a equipe de repórteres e estagiários, mas também dialoga com as outras áreas e com a gestão. Com exceção da redação e da produção audiovisual (em processo de crescimento), os demais departamentos são formados por uma só pessoa.

Vale destacar que Freitas e Galindo, apesar de assumirem funções de gestão, também produzem conteúdos informativos e opinativos, assim como o chefe de redação. O departamento comercial do jornal é composto por um único profissional. O editor de gastronomia é também repórter da editoria que, apenas ocasionalmente, conta com colaborações dos demais repórteres do jornal.

A rotina da equipe é fluida. Os repórteres se reúnem diariamente às 13h30, na reunião de pauta. A reunião de pauta com o chefe de redação atuante à época dura em torno de 10 minutos. Nas reuniões, cada repórter é consultado pelo editor sobre as pautas que está desenvolvendo no momento. Quando não está apurando ou escrevendo nenhuma pauta, o repórter faz uma sugestão ou aguarda a designação do editor. Notícias e notas, muitas vezes resultados de *releases*, costumam ser designadas para estagiários. Os repórteres que possuem pautas em andamento ou sugestões de pauta apresentam suas propostas e recebem orientações do editor sobre possíveis informações complementares, além de dicas dos demais colegas que produziram matérias sobre o mesmo tema. Os repórteres que já estão desenvolvendo reportagens costumam se colocar à disposição do editor para produzir outros textos simultaneamente.

Após a reunião, cada repórter produz suas pautas. A partir da reunião, a maior parte dos contatos entre repórteres e editor se dá em canal privado. Estagiários utilizam o grupo do

Whatsapp para pedir contatos de fontes e são prontamente atendidos pelos sócios-fundadores, pelo editor ou por repórteres mais experientes. Identifica-se uma característica de solidariedade entre os repórteres atuantes no veículo. Isso transparece tanto nas reuniões de pauta, quanto no grupo de mensagens. Essa solidariedade existe tanto de repórter para repórter, quanto dos repórteres para o jornal como um todo e a gestão.

De acordo com as entrevistas, os repórteres buscam trabalhar durante a tarde. Nos relatos, observa-se que o trabalho pode exigir dedicação também durante a manhã e, principalmente, após o expediente para o fechamento das matérias do dia. Isso pode ser visto também através das interações no grupo do jornal, que se dão durante todo o dia. Apesar de não existir um horário de fechamento do jornal, os repórteres finalizam suas matérias no fim da tarde.

Cada repórter produz, em média, um texto por dia. Levando em conta o total de pautas que surgiram durante o período observado, descartando o final de semana, a média é de seis pautas por dia. Das 22 pautas que puderam ser acompanhadas da pauta até a publicação, 10 foram publicadas no mesmo dia em que surgiram. A média de tempo entre surgimento da pauta e publicação do texto é de três dias. Olhando para os dados gerais, descritos na seção 6.3.1, a média de publicações do *Jornal Plural Curitiba* é de quatro textos por dia.

6.1 MOTIVOS PARA REPORTAGEM

6.1.1 Um ideal compartilhado

Apesar das percepções sobre os ideais das fontes da pesquisa, não se pode ignorar o impacto que as visões sobre o jornalismo e o mundo possuem na produção de cada jornalista e do jornal como um todo. Trata-se, inclusive, de uma visão reforçada nos estudos de *newsmaking*.

Para além do idealismo oficial (PEREIRA; NAVES, 2013), existe uma visão compartilhada pela equipe de que a reportagem é um gênero nobre no jornalismo e de que o *Jornal Plural Curitiba* produz conteúdos com características de reportagem.

É possível destacar, por exemplo, trechos das entrevistas que demonstraram isso. O editor-chefe defende a ideia de que a reportagem “é o que todo mundo quer fazer, é o que todo mundo gosta, é o filé mignon, é o supprassumo do jornalismo” (FREY, 2021). Galindo, enquanto sócio-fundador, defende que para ele “jornalismo e reportagem são a mesma coisa [...] a reportagem é o coração do jornalismo [...] Reportagem é a essência do jornalismo, é a

essência do que eu gosto de fazer e é o que eu pretendo morrer fazendo” (GALINDO, 2022).

Freitas, apesar de apresentar um olhar mais sistemático, característico de quem se envolve diretamente com a direção do jornal, também defende que, ao mesmo tempo em que buscam realizar um jornalismo de serviço e essencialmente local, o *Plural* busca “ter condições de antecipar tendências nessa comunidade que a gente tem, acho que pra comunidade é muito importante que ela entenda o que está acontecendo e o que vai acontecer com ela” (FREITAS, 2022). A ideia de apresentar tendências e analisar o que está acontecendo na comunidade é característica da reportagem jornalística, na medida em que extrapola a narração do fato, da qual uma notícia daria conta.

As repórteres, da mesma forma, apresentam visões semelhantes. Quando fala do “tipo” de pautas que busca sugerir para o jornal, a Repórter 2 explica que há uma visão compartilhada entre a equipe de que um “assunto não tem que ser exposto, mas tem que ser contextualizado” e exemplifica “quando você vai tratar de Covid, por exemplo, você não pode simplesmente apresentar números, sem deixar de associar toda a crise sanitária que tem por trás disso... tô falando de uma matéria mais elaborada”.

A Repórter 3 defende que a equipe busca entrar nas histórias “de uma maneira diferente, nem que seja alguma coisa mais factual” e que a equipe possui muita liberdade, tanto na escolha das pautas, quando no modo como os textos serão escritos. Da mesma forma, a Repórter 1 recupera a ideia de liberdade quando explica que o *Plural* é composto por “pessoas muito apaixonadas por jornalismo e por um jornalismo com critério, com senso crítico, com liberdade” (REPÓRTER 1, 2022) e que até existem “trabalhos pontuais dos outros veículos que também têm um cunho mais analítico, mas não é a maioria da produção, como é no caso do *Plural*” e que os outros veículos costumam ser mais superficiais.

Além disso, as repórteres 1 e 3 trazem uma visão de defesa da subjetividade dos autores nos textos, de superação da objetividade jornalística, que vem junto da liberdade disponível na redação. Essas visões que, apesar de representarem muitas vezes opiniões pessoais dos jornalistas, são compartilhadas entre eles, impactam diretamente nas escolhas das pautas e na escrita dos textos.

Na observação participante, isso transparece em interações breves no momento de distribuição e sugestão de pautas, por exemplo, como nos seguintes extratos do caderno de campo:

Estagiária diz que a matéria do radar não é tão quente, e que por isso poderia fazer outra, caso fosse necessário. “Mas às vezes o que não é tão quente é o que mais dá boa”, responde o editor. Isso me parece indicativo do tipo de cobertura de

preferência do editor, e também me parece uma lição de experiência dele para a estagiária. (Trecho do Caderno de Campo)

Ou então, em duas ocasiões, quando uma repórter fala sobre a produção de uma pauta de denúncia sobre as condições em Unidades de Pronto Atendimento de Curitiba. A primeira ocasião, ocorre com Galindo:

Repórter completa que está trabalhando na pauta da UPA, que comentou na reunião de ontem. O editor rapidamente já diz “essa é legal”, empolgado. Ele fala que repórter conseguiu vídeos e fotos de ratos correndo pela UPA [...] Demonstra empolgação com uma matéria de denúncia, com vídeos e fotos enviados por fontes. (Trecho do Caderno de Campo)

A mesma pauta sobre a UPA, produz no editor-chefe uma reação igualmente empolgada. O editor sugere ainda que a repórter não pegue mais nenhuma pauta nova, mesmo ela se colocando à disposição:

Repórter fala que está com a pauta do ratos na UPA. Chefe de redação diz “boa!”, empolgado. Repórter explica que deve ser somente em uma UPA. Chefe de redação pergunta se tem foto. Repórter diz que tem vídeo. Ele diz “aa, boa boa” e diz que vai deixar essa mesmo com ela. Novamente essa pauta causa empolgação nos editores, talvez pelo seu caráter de denúncia. [...] Chefe de redação diz que estava pensando numa pauta para ela, mas que vai deixar com a outra repórter. (Trecho do Caderno de Campo)

O editor também fala com certo orgulho sobre pautas investigativas que ele mesmo está desenvolvendo. Em outros momentos, surgem na própria reunião análises e sugestões de novas abordagens para um mesmo fato. Quando se sugeriu falar sobre a situação da vacina em desenvolvimento na Universidade Federal do Paraná, o editor sugeriu que se falasse sobre o que aconteceria caso o dinheiro necessário não fosse arrecadado. Em outro momento, editor e repórter analisaram casos de violência policial em ocupações de movimentos sociais, sugerindo que existe um processo de “desocupação pelo medo”, o que confere caráter reflexivo para a pauta:

Chefe de redação comenta que é importante falar com as pessoas e relacionar com a ocupação anterior que eles cobriram. Ele considera interessante mostrar que na anterior aconteceu a mesma coisa e que isso parece um processo de “desocupação pelo medo”. Interessante essa pauta, vinda dos movimentos sociais e cheia de correlações com coberturas anteriores do *Plural*. As coberturas feitas anteriormente servem como motivação para um caráter reflexivo já no “nascimento” da pauta na reunião. (Trecho do Caderno de Campo)

Por isso, defende-se que, para além de uma estratégia ou escolha editorial, a prática da reportagem no *Plural* é representativa de um ideal compartilhado entre os jornalistas, característica também de um movimento de saída das redações tradicionais para a criação de novos veículos, do qual o *Jornal Plural Curitiba* faz parte.

Isso fica claro, inclusive, quando as repórteres são questionadas sobre os trabalhos mais marcantes de suas trajetórias e destacam trabalhos investigativos, de denúncia ou de caráter de contextualização de um determinado assunto no mundo, dando ênfase ao “caráter extraordinário da notícia e do próprio trabalho jornalístico”, como traz Bergamo (2011, p. 243), excluindo aspectos da rotina diária de trabalho.

6.1.2 Construindo uma marca, acumulando audiência e (re)aproveitando conteúdo

Reconhece-se, portanto, que a reportagem é um formato valorizado pela equipe do jornal e que eles a consideram como relevante à sua produção. Porém, são necessárias justificativas práticas para que um veículo se mantenha ativo com esse tipo de publicação em meio a um ambiente fortemente marcado pela instantaneidade e o imediatismo. É aí que entram alguns argumentos levantados pela equipe durante as entrevistas e que foram percebidos também na observação participante.

Um fator que parece determinante é a construção de uma marca com características próprias para o jornal. Ou seja, defende-se que, apesar da audiência proveniente de materiais imediatos e de uma publicação constante, é a reportagem o que “dá marca, o que dá credibilidade, o que bota o site na boca das pessoas nas ruas” (FREY, 2021). E segundo Galindo “o coração do nosso trabalho é a reportagem [...] o resto todo existe pra gente poder fazer reportagem” (GALINDO, 2022).

Esse fortalecimento de “marca” levantado por Frey, chefe de redação, se faz ainda mais relevante quando se considera que o modelo de financiamento do *Plural* depende de assinaturas e de uma publicidade que não é automatizada através de algoritmos. A fala de uma da Repórter 2 é representativa ao tratar de percepções externas sobre o jornal e de como ele tem se tornado mais conhecido. Ela destaca que no início era difícil inclusive o contato com fontes, que não conheciam o veículo, mas que “talvez justamente por a gente mesclar essa rotina tanto de produção diária, quanto de produção de fôlego” em diversas áreas, o jornal tem se tornado conhecido. A repórter recupera comentários de fontes que elogiam o modelo de cobertura do *Plural*, por adotar pontos de vista diferenciados.

Essas percepções reconhecem um público específico que espera determinadas atitudes do portal. Isso se faz claro na prática, quando movimentos sociais, agentes públicos e até vítimas de violência buscam a redação do *Plural* para sugerir pautas específicas ou realizar denúncias. Durante a observação participante, a pauta sugerida por uma fonte representante de mulheres indígenas rendeu cinco publicações diferentes, acompanhando a mesma situação ao longo do tempo e em diferentes campos. Tal assunto é apenas um dos que surgiram a partir de fontes, fora as correções e dúvidas de leitores que surgem eventualmente no grupo de *Whatsapp* como capturas de tela de mensagens diretas no *Instagram* e até mesmo nos comentários do site.

Cria-se uma comunidade em torno da marca do jornal, que nasce a partir do processo de formação do veículo e se fortalece com o modelo de jornalismo praticado por ele. Freitas reconhece que o *Plural* tem um público engajado. Para demonstrar isso ela recupera campanhas realizadas ou apoiadas pelo jornal que tiveram suas metas batidas justamente por se tratar de um público muito próximo do veículo.

Para além desse fortalecimento de marca, Freitas defende trabalhar com uma ideia de audiência acumulada. Segundo a sócia-fundadora, eles buscam considerar um potencial cumulativo de audiência. Sendo assim, se o interesse é acumular audiência ao longo do tempo nos mesmos materiais, isso não seria possível com publicações que perdem seu interesse rapidamente, como a notícia. É necessário um tipo de material que envelhece mais lentamente, como a reportagem.

O exemplo utilizado por Freitas para ilustrar a situação é o da cobertura do *Plural* sobre a crise hídrica em Curitiba, que serve como referência para novas matérias do jornal e que ainda recebe acessos mesmo após a publicação. “Você não tá preocupado só com aquela questão de você ‘ah, eu tenho que ter 30 mil *views* numa matéria’... tá, interessante... mas no longo prazo, essa matéria vai continuar atraindo *views* porque ela continua válida?”, questiona. Para a jornalista, “cada materinha que eu boto dentro do meu site é um tijolinho nesse palácio de informação que eu tô construindo e que vai continuar valorizando o meu trabalho”. Trata-se de uma visão ligada diretamente à característica da memória no webjornalismo.

Uma situação oriunda da observação é quando Galindo, durante uma reunião de pauta, sugere que, para além de publicar as alterações nos radares da cidade, conforme a sugestão da repórter, seja publicado um material que mostra onde estão sendo realizadas essas mudanças com objetivo de os leitores possam consultar posteriormente.

Para além da questão de uma audiência que se acumula a partir deste tipo de matéria, Freitas considera que elas podem ser úteis em novas apurações do portal ou na produção de vários formatos sobre um mesmo assunto. Desta forma, produzir um material mais elaborado funciona como uma economia de esforço, já que uma apuração detalhada pode ser reaproveitada em mais ocasiões.

Um exemplo destacado pela gestora é o painel Covid-19, que agregou dados sobre a pandemia e que possibilitou análises em diversos outros momentos, aprofundando pautas relacionadas à pandemia.

Ou seja, a reportagem no *Plural* é sim um ideal profissional compartilhado entre os jornalistas, que traz consigo possíveis vantagens práticas para um jornal ainda jovem: fortalece a marca e populariza o jornal entre fontes e leitores; traz uma audiência que busca materiais de referência sobre determinados assuntos e possibilita o reaproveitamento da mesma apuração em outros momentos.

Esses pontos parecem motivadores da reportagem no veículo, especialmente no discurso adotado por eles, mas também trazem contradições quando se olha as dificuldades enfrentadas pelo jornal e seus interesses futuros, conforme será trabalhado na seção sobre os limitadores da reportagem.

6.1.3 Ocupando espaços vazios

Por fim, percebe-se uma necessidade de diferenciação durante o discurso adotado para explicar a linha editorial do *Plural*, o que fica claro no capítulo quatro. Trata-se de um interesse em ocupar espaços considerados pela equipe como vazios ou fragilizados dentro do jornalismo e de se diferenciar da competição. Isso se reflete em uma cobertura majoritariamente local e que busca trabalhar os fatos de um modo que seja relevante e interessante, mesmo correndo o risco de perder o ineditismo. A maneira diferenciada está justamente na ideia de aprofundar e apresentar outros olhares sobre os mesmos fatos.

Já se falou em outro momento da dissertação sobre como esse interesse pela diferenciação impactou na escolha das principais editorias do site, mas faz-se relevante acrescentar o modo como ele influencia na apuração e produção das pautas. A nacionalização dos veículos locais, por exemplo, para Freitas, diminui a complexidade do material local, gerando uma demanda.

Há, além disso, uma percepção de que o *Plural* não é capaz de cobrir determinados temas com a mesma qualidade e agilidade de cobertura de outros jornais. Há compreensão de

que o *Plural* não possui condições estruturais para competir com a velocidade apresentada por outros jornais e que, por isso, busca apresentar outros olhares sobre os mesmos fatos parece determinante no modo como as pautas são produzidas, buscando o avanço para o particular (GENRO FILHO, 2012) ou para a complexificação da singularidade do fato (PONTES, 2015).

Um exemplo citado múltiplas vezes durante as entrevistas foi o do caso do assassinato de um jovem pela Guarda Municipal de Curitiba na região do Largo da Ordem. O relato de Frey descreve a situação:

A gente deu um dia depois a matéria. Mas as duas matérias que a gente fez sobre esse caso estouraram porque tinham revelações muito boas. [...] Então assim, saiu depois? Saiu. Mas não saiu com *release*, saiu com a apuração que a gente tinha que ter dado e que fez toda a diferença. Então a gente entrou um pouco atrasado, mas a gente entrou com mais qualidade. [...] Não adianta a gente tentar competir com quem tem gente fazendo plantão todo fim de semana, com quem tem gente entrando às 6h da manhã e outra turma saindo às 22h da noite.

Outro fator que parece determinante é uma noção de reportagem para além das grandes reportagens ou dos formatos de reportagem mais discutidos no jornalismo on-line, como o *longform* e as GRM. Essa visão permite compreender que não necessariamente são necessários muitos recursos financeiros e grandes equipes para a realização de um material com características de profundidade e contextualização.

Apesar dos motivadores apresentados, existem impeditores relevantes que são destacados na próxima seção e fazem da produção de reportagem um processo conflituoso e marcado frequentemente por decisões estratégicas.

6.2 LIMITADORES DA REPORTAGEM

6.2.1 Condições para reportar

Apesar de todas motivações destacadas na seção anterior, é necessário destacar que a reportagem se constitui como um formato que exige certo grau de dedicação, de tempo e de esforço, para sua produção. Um jornal jovem, com equipe de reportagem pequena e que ainda busca se estruturar no mercado jornalístico curitibano certamente enfrenta diversos desafios para produzir materiais desse tipo.

Para sustentar uma produção aprofundada, a equipe precisa produzir também outros formatos. Mas, como destaca Galindo, as outras produções buscam justamente possibilitar a

produção de reportagem. A necessidade de produzir outros tipos de conteúdos, porém, atrapalha também produções maiores.

Esses desafios transparecem especialmente nas falas das repórteres, que trazem uma noção de que é necessário fazer aquilo que é possível dentro das condições existentes. A Repórter 1, por exemplo, indica que não propõe reportagens que exijam viagens ou conteúdos elaborados que trariam consigo gastos e custos que o jornal não seria capaz de comportar.

Apesar dos relatos sobre o amparo jurídico à reportagem, tanto por parte da direção quanto da redação, considera-se que o jornal não tem condições de garantir à segurança de seus repórteres em situações de eventuais ameaças. A exposição ao risco é uma escolha individual. Isso contrasta com a aposta por investigações e denúncias que fica evidente na seção anterior.

Existe um outro nível de limitação que está no tamanho da equipe, que se divide entre materiais considerados de *hard news* e aqueles com nível maior de contextualização. A partir disso, o editor-chefe revela uma estratégia de rodízio da equipe entre pautas “menores” e “maiores”. Nas reuniões de pauta, busca-se colocar algum conteúdo de reportagem enquanto o restante da equipe se dedica a matérias diárias para alimentar o site e possibilitar rotatividade nos destaques da página inicial.

Em certos momentos, identifica-se que os repórteres trabalham em uma matéria que demanda tempo de apuração, mas colocam-se disponíveis para produzir outros textos. Se o editor reconhece relevância na pauta, ele sugere que o foco seja mantido. Em outras ocasiões, o repórter passa a produzir mais de um texto paralelamente, especialmente quando as novas demandas são conteúdos institucionais. Na prática, a equipe não tem condições de trabalhar exclusivamente em um material especial por mais tempo. Porém, a liberdade para produzir reportagens ainda existe, desde que isso não cause defasagem nas publicações diárias.

Em entrevista, João Frey exemplifica como ocorrem as negociações: “não, tudo bem, você me prometeu uma pauta bacana pra daqui quatro ou cinco dias, então bora lá, toca essa, mas será que você não consegue me entregar só uma notinha antes dela? Eu não vou te tomar o tempo todo”. E destaca que, apesar de não poder “fechar os olhos para audiência” e da necessidade de publicações rápidas, o *Plural* “é um lugar que ainda isso [as negociações para a produção de reportagem] é possível”.

Toda a equipe de reportagem relata a necessidade de trabalhar concomitantemente em textos mais longos e na produção diária, o que gera uma rotina intensa. É possível perceber, ainda, uma mudança no foco de produção do jornal ao longo do tempo. Uma das repórteres revela que entrou num jornal que não tinha foco no *hard news*. O modo como se constrói a

fala parece perceber que o foco no *hard news* tem aumentado.

Essa percepção se comprova, em alguma medida, quando se revela um processo de aceleração do crescimento do portal, que exige também mudança na produção, conforme se debate na seção seguinte.

Outro reflexo das condições de produção é o fato de que os gestores se envolvem diretamente na produção. Os sócios e editores sugerem pautas, mas também produzem matérias factuais e também de fôlego. Mesmo que isso represente um conflito em jornais tradicionais, é uma necessidade em uma iniciativa pequena.

Da mesma maneira, a redação é diretamente impactada pela comunicação institucional do jornal. Não foi incomum durante a observação a necessidade de produções sobre ações do jornal, lançamentos de novos formatos, reconhecimento dos colunistas do portal, entre outras questões que fogem ao jornalismo diário. Apesar de se perceber que uma parte das pautas menores e textos institucionais são produzidos por estudantes em estágio, uma grande parcela sobra para repórteres contratados e até mesmo gestores.

6.2.2 Publicar para crescer

O movimento de aceleração de crescimento é destacado nas entrevistas tanto com a gestão do portal, quanto com os repórteres. A busca por um aumento na audiência parece exigir, segundo a equipe, dentre outras estratégias, publicações mais rápidas e em maior quantidade. Tais conflitos e necessidades só ficam evidentes quando se fala das dificuldades encontradas na manutenção do *Plural*. Foge-se, portanto, de um discurso idealista para o apontamento de questões práticas. Esse foi o tom da segunda entrevista com a sócia-fundadora Rosiane Freitas.

Freitas destaca que só é possível crescer com investimento em conteúdo. Ela observa que uma mudança perceptível está no aumento da produção e que, talvez, a quantidade de matérias especiais esteja diminuindo. Segundo ela, essa é uma mudança inevitável. “A gente precisa produzir mais volume pra poder ter mais audiência, sabe?”, revela. A fala contrasta com a noção de uma audiência acumulada apresentada pela gestora na primeira entrevista.

Outra questão, trabalhada por Freitas como uma exigência, é a necessidade de produzir diferentes formatos de conteúdo, como vídeos, *webstories* e podcasts. Novamente, trata-se de um desafio para a enxuta equipe que compõe a redação do jornal, que precisa produzir mais conteúdo e em uma maior variedade de formatos.

Todas as estratégias estão diretamente vinculadas à necessidade de aumentar a receita do jornal. Quando questionada sobre um possível conflito entre essas exigências e a liberdade, destacada pelos gestores e repórteres quando falam do modo de trabalho do *Plural*, ela pondera que a “liberdade existe na medida em que o repórter dá conta do dia a dia dele”. Mesmo assim, ela considera que não há exigência com relação ao formato de produção, ao tamanho ou ao modo como o texto é escrito, contanto que exista certa agilidade. “Tem coisas que exigem mais tempo? Sim, mas a gente não tem a estrutura necessária pra ficar quatro semanas num assunto só”, ela explica.

Tais considerações se materializam inclusive no formato de reportagem produzido pelo *Plural*, mais breve do que uma grande reportagem tradicional, uma GRM (grande reportagem multimídia) ou um produto *longform*. E o esforço de produzir para vários formatos seria atenuado pelo reaproveitamento dos materiais, característica listada como um motivador para reportagem no capítulo anterior.

Pode-se considerar, hipoteticamente, que se trata de um sacrifício temporário. A ideia de publicar mais, aumentar a audiência e, conseqüentemente, aumentar a receita pode possibilitar um investimento maior na redação. Vale lembrar da consideração de Galindo: “o resto todo existe pra gente poder fazer reportagem”.

Recuperando, ademais, a ideia trazida por Frey de que a reportagem é o que fortalece a marca do jornal, pode-se fazer uma consideração preliminar sobre o seguinte movimento possível: o jornal nasce com o foco em reportagem para, somada à credibilidade dos sócios-fundadores, fortalecer o jornal como uma marca e popularizar sua produção, construindo uma audiência acumulada; a partir disso, aproveitando aquilo que se constituiu, passa a investir em um tipo de material que possibilita uma audiência imediata, essa sim responsável por um aumento na receita.

6.2.3 Para sair dos nichos

A necessidade de um crescimento quantitativo na audiência e a preocupação constante com o foco no jornalismo local parecem características, recuperando as reflexões de Groth (2011), de uma publicidade intensiva. Ainda segundo o autor, esse tipo de publicidade exige preocupação com um conteúdo acessível fora de nichos. Essa constatação é paradoxal, inclusive, com um dos argumentos trabalhados por essa dissertação e também trazidos por Fidalgo (2004) de que a publicidade essencialmente extensiva da internet compactua com um material especializado e, em certa medida, conseqüentemente, de reportagem.

Considerações sobre os nichos, positivas e negativas, aparecem nas falas da equipe do *Plural*. Repórteres, apesar de não terem acesso direto e constante às métricas do portal, consideram que ele possui um público específico. “Às vezes eu penso até que o *Plural* ele é um veículo feito bastante pra nichos”, considera a Repórter 2, destacando que grupos interessados em assuntos específicos sabem que encontrarão aquilo na cobertura do jornal.

A Repórter 1 acredita que o público do *Plural* é formado justamente por pessoas que têm “condições de ler mesmo aquele conteúdo extenso, que não estavam ali só pra ver uma chamada meio sensacionalista e ler um parágrafo” e que estão interessadas em um conteúdo analítico. Ela acrescenta ainda, que a cobertura de educação do jornal também faz dele conhecido em Universidades, por exemplo, e que se trata de um veículo bastante respeitado, “mas que não atinge todas as pessoas”. Volta-se novamente à ideia de um conteúdo aprofundado para a construção de marca e respeito em relação ao jornal.

A Repórter 3 mantém o mesmo teor das demais respostas, considerando que se trata de um público de classe média-alta, mas acrescentando que o jornal “ainda não consegue alcançar outras camadas da população tanto quanto gostaria”. Ampliar o público revela-se como um interesse da equipe. Segundo a repórter, é um interesse em sair de uma bolha. Para ilustrar seu argumento, ela recupera uma entrevista em que a fonte revelou que conhecia o jornal, mas relativizou: “Mas acho que é por causa mesmo da minha bolha, né. Que, meio que todo mundo lê, e daí eu conheço também...”.

Do mesmo modo, a gestão do jornal reconhece que há um público limitado e que precisa ser ampliado. Freitas delimita que a audiência do *Plural* é composta por leitores de classe A e B. Segundo ela, se trata de um público qualificado e valorizado do ponto de vista publicitário, o que possibilita inclusive uma renda de publicidade “apesar de a nossa audiência hoje não ser tão expressiva quanto deveria ser”. Mesmo reconhecendo esse privilégio, a sócia-fundadora defende a necessidade de “furar esse espaço e ampliar”, agregando mais grupos econômicos, de modo a aumentar quantitativamente a audiência.

Para além do aspecto financeiro, Galindo reconhece a necessidade de aumentar o público para intensificar também o debate de pluralidade proposto pelo veículo. O sócio-fundador destaca estratégias adotadas, como a parceria com uma rádio com perfil de público diferenciado, justamente com o objetivo de ampliar os estratos alcançados.

Nas falas do jornalista, ele reitera um interesse maior que o econômico, como uma ideia de responsabilidade social do jornal em possibilitar que mais pessoas participem do debate público: “vamos tentar crescer, tentar falar com mais gente e levar essa ideia da pluralidade, da defesa da cidade mais plural pra outros veículos, inclusive, mas

principalmente pra novas pessoas” (GALINDO, 2022).

A necessidade de aumentar o público passa, portanto, pela necessidade de aumentar o número de publicações, mas também por fazer conteúdos mais acessíveis de modo a conquistar uma publicidade que, nos termos de Groth (2011), é considerada intensiva. A publicidade intensiva exige cobertura generalista, talvez até mais ampla do que a que já é realizada pelo *Plural*, e de fácil acesso. Tais intenções justificam inclusive algumas escolhas como a de não publicar matérias exclusivas para assinantes, por exemplo, estratégia comum em jornais on-line.

6.3 O QUE APARECE NA PRÁTICA?

Para além da observação e das entrevistas, optou-se por olhar também as matérias publicadas no site do *Jornal Plural Curitiba* durante o período da pesquisa. O objetivo desse movimento é observar como se materializam as percepções e práticas de reportagem no veículo, levando em consideração os motivadores e limitadores destacados na seção anterior. Este capítulo agrega análises a partir desse olhar. A seção é dividida em duas outras: a primeira delas busca trazer um panorama quantitativo breve sobre as publicações; a segunda analisa as características de um recorte menor de textos a partir de um mês artificial.

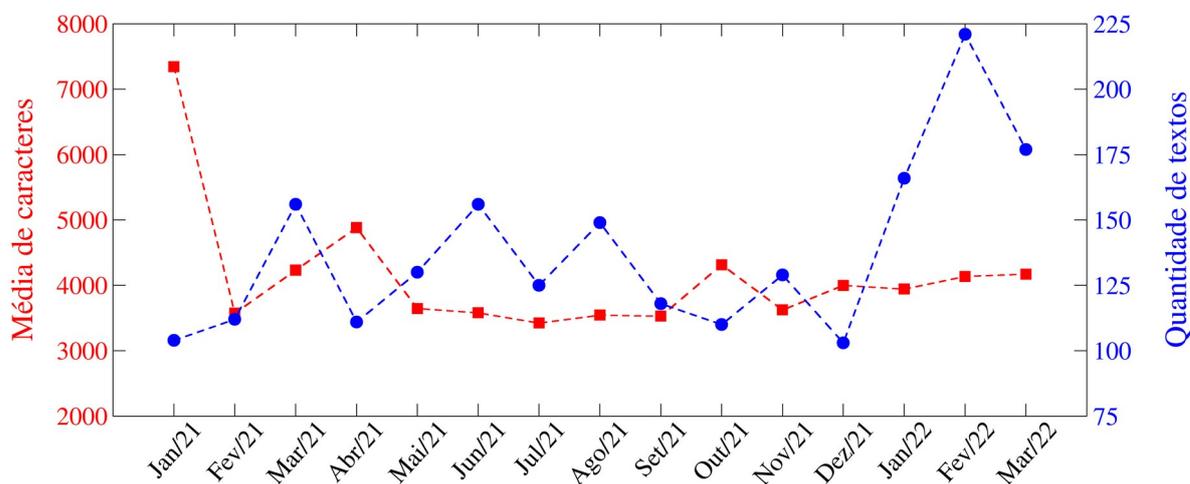
6.3.1 Um retrato quantitativo

Antes de selecionar as matérias que fariam parte da análise qualitativa sobre o *Plural*, aproveitaram-se os dados agregados a partir de uma raspagem do site para apresentar ao leitor um panorama das publicações entre o dia 4 de janeiro de 2021 e o dia 23 de março de 2022, das categorias Cultura, Gastronomia, Negócios, Notícias, Poder e Vizinhança, um total de 2069 textos. A intenção é apresentar um retrato geral do site, sendo que a análise de fato se deu em um número reduzido de matérias. Todavia, considera-se que esse movimento de pesquisa evidencia características gerais dos produtos, possibilitando identificar relações com as observações realizadas no *Jornal Plural Curitiba*.

Primeiramente, propõe-se verificar uma hipótese: há, de fato, um aumento nas publicações do portal que poderia levar a uma diminuição no número de reportagens? Para isso, realizou-se uma contagem do número de textos e da média de número de caracteres dos textos por mês. Somente o número de caracteres, como já foi debatido, não caracteriza uma

reportagem, mas poderia dar indícios de uma mudança no estilo da produção. A Figura 3 apresenta um gráfico com esses dados.

Figura 3 - Média de caracteres e número de textos por mês entre janeiro de 2021 e março de 2022 no *Jornal Plural Curitiba*



Fonte: do autor.

É possível visualizar que, ao longo do tempo, há variações especialmente na quantidade de textos. A média de caracteres por texto se mantém estável, com exceção de alguns picos. A grande alta de caracteres no mês de janeiro é uma anomalia e representa a menor quantidade de publicações e a presença de textos grandes do Festival de Jornalismo Literário. As demais altas, como abril e outubro representam meses em que se encontram reportagens, mas vale destacar que também são meses em que o número de publicações é menor. É possível observar que quando cresce a média de caracteres, decresce a quantidade de textos. Isso demonstra que os esforços concentrados em grandes matérias de fato diminuem o número total de produções.

Dentre as editorias presentes no site, a que agrega um maior número de textos é a de Vizinhança, correspondente à editoria de Cidades em um jornal tradicional. São 1476, o que representa 71% das publicações. A predominância é indicativa do esforço da equipe na produção de conteúdos locais, destacada continuamente nas entrevistas e também em artigos produzidos anteriormente sobre o *Plural* (FERNANDES et al., 2019). Inicialmente, cogitou-se que a categoria poderia ser preenchida em grande parte por textos de assessorias, comumente assinados por “Redação Plural.jor.br”, todavia os textos com essa assinatura somam apenas 27% do total da categoria. Observa-se ainda que muitos dos textos assinados desta forma possuem colaboração de estagiários e até mesmo repórteres, não sendo apenas

replicados. Mais de metade dos textos de Vizinhança foram assinados pela equipe de jornalistas do *Plural*, incluindo os gestores.

A segunda categoria mais comum é a de Cultura, com 287 publicações (14%), seguida pela categoria de Poder, com 260 (13%). A quantidade de matérias assinadas por “Redação Plural.jor.br” se mantêm parecida, com 27% da categoria de Cultura e 23% de Poder. Destaca-se que a editoria focada em política é a que possui menor quantidade de textos com a assinatura genérica do site.

Olhando para a autoria dos textos, encontram-se 84 autores, agregando repórteres contratados, gestores e colaboradores. Identifica-se que a maior parte da totalidade é assinada por “Redação Plural.jor.br” (540 textos, cerca de 26% das matérias). Em uma espécie de “ranking” de publicações, o segundo (181 textos) e o terceiro lugar (173 textos) são ocupados por duas repórteres fixas do jornal seguidas, respectivamente, de Rosiane Freitas (sócia-fundadora, com 168 textos), João Frey (chefe de redação, com 132 textos) e uma terceira repórter (125 textos) que revelou sua preferência por reportagens maiores nas entrevistas. Em 8º lugar está Rogerio Galindo (sócio-fundador, com 117 textos).

O ranking revela uma participação intensa dos gestores na produção de matérias. João Frey, por exemplo, assina 27% dos textos da editoria de Poder. A quantidade de publicações de Freitas e Galindo deve aumentar se forem considerados textos opinativos e de colunas, deixados de fora do recorte, com a intenção de olhar apenas para os materiais informativos.

Destaca-se, portanto, que há indícios para um aumento considerável na quantidade de publicações recentes do portal, mas que isso não parece impactar a média de caracteres dos textos. Comprova-se a opção pela cobertura local e de serviço na medida em que a editoria mais presente na análise é a de Vizinhança. Identifica-se, ainda, que em uma equipe pequena, até mesmo os cargos de chefia e gestão precisam se desdobrar entre suas funções para ajudar nas publicações do site.

6.3.2 Mergulhando nos textos

As semanas que integram o recorte temporal específico analisado são: 1ª semana do mês de janeiro, 2ª de abril, 3ª de julho e 4ª de outubro de 2021, excluindo-se os finais de semana e mantendo-se as editorias informativas principais: Cultura, Poder e Vizinhança. Algumas das publicações da categoria Poder, redirecionam para textos da coluna Caixa Zero e foram mantidas pelo seu caráter informativo. A ausência da editoria de Negócios está ligada

ao fato de que ela passou a existir no site após o início do período recortado. Somadas, as publicações do mês artificial são 104.

A intenção desta técnica é buscar como se materializam as intenções demonstradas nas falas dos profissionais do jornal e também as práticas observadas na redação, além de encontrar fragilidades ou pontos fortes das estratégias adotadas no veículo. A leitura dos materiais busca identificar suas principais características e organizá-los em uma planilha com as seguintes colunas:

Quadro 1 – Aspectos analisados nos textos do *Jornal Plural Curitiba*

(continua)

Título	-
Categoria	-
Autor	-
Link	-
Data	-
Texto/Nº de caracteres	-
Pauta	-
Factualidade	Está relacionada a um fato recente ou se trata de uma pauta fria?
Lide tradicional	A não utilização do lide tradicional está relacionada à liberdade estilística da reportagem.
Fato ou assunto?	Busca identificar se o interesse principal da matéria está em descrever um fato ou se ela se aproveita de um determinado fato para falar sobre um assunto de maneira mais ampla. Categoria baseada na definição de reportagem proposta por Lage (2001).
Singularidades	O texto extrapola a singularidade do fato, propondo novas singularidades, novos fatos, ou até mesmo avançando para a particularidade? Quais são as múltiplas singularidades? A categoria se baseia nos trabalhos de Genro Filho (2012) e Pontes (2017).
Referência sobre um assunto?	A matéria se constitui como uma referência sobre o assunto trabalhado? Pode ser consultada mais tarde para a realização de novas apurações? Categoria baseada nas falas de Freitas sobre as intenções da cobertura jornalística do <i>Jornal Plural Curitiba</i> .

Quadro 1 – Aspectos analisados nos textos do *Jornal Plural Curitiba*

(conclusão)

Fontes	Quais e quantas são as fontes utilizadas na matéria?
Analisa ou apresenta tendências?	O texto analisa o fato ou apresenta tendências para o futuro? Com qual intensidade? Essa categoria também está baseada nas afirmações da equipe sobre a produção do jornal.
Outras observações	Coluna para anotações e observações que extrapolam as categorias sugeridas.

Fonte: do autor.

Algumas das categorias propostas estão relacionadas a definições de reportagem apresentadas nos capítulos anteriores, enquanto outras se baseiam nas afirmações da própria equipe sobre a produção do jornal. A organização desse material em planilha possibilita uma visão ampla daquilo que se encontrou no mês artificial. Porém, não se tratam de questões totalmente objetivas e isso dificulta o processo de organizar estatisticamente os dados. A tentativa de apresentar algum dado quantitativo só existe de maneira introdutória, mas o foco principal da seção está em descrever os achados de maneira qualitativa, observando o panorama e encontrando exemplos específicos para ilustrar determinadas afirmações.

Considera-se que 37 focam no assunto e 59 nos fatos, enquanto oito dividem o foco entre o fato e o assunto. Algumas situações de matérias com foco no assunto são: “Quando poder menstruar é um privilégio: a realidade da pobreza menstrual para mulheres em situação de rua” ou “Quilombos urbanos: terreiros resistem ao racismo religioso”, que utilizam fatos apenas como ganchos para explorarem assuntos mais amplos. Com foco nos fatos, é possível citar “Universidades de Curitiba voltam às aulas presenciais” ou “Vereadora de Curitiba agradece ‘capitalismo’ ao tomar vacina e é atacada na internet” que se concentram exclusivamente em um acontecimento específico, sem utilizá-lo como base para discussão de outras questões. Os próprios títulos revelam o teor das matérias.

Percebeu-se que parte acentuada das matérias busca extrapolar de alguma forma a singularidade do fato, seja apresentando novos desdobramentos, seja avançando para algo que se assemelha à particularidade, explorando aspectos mais amplos, anteriores mesmo ao fato. O tamanho do texto não é necessariamente definitivo em relação a isso, já que se encontram textos curtos e que mesmo assim buscam ampliar aspectos sobre o fato, até mesmo aproveitando-se de hiperlinks e apurações anteriores. Considera-se que o uso de atributos

específicos do webjornalismo, principalmente através de hiperlinks, fortalece essa característica. Isso está diretamente relacionado à tentativa destacada por Freitas em entrevista de reaproveitar apurações anteriores.

Ao olhar para as matérias que extrapolam a singularidade do fato, se encontram 61 – descartando aquelas vinculadas ao Festival de Jornalismo Literário, por se tratar de um evento específico. Percebe-se que é um número maior do que aquele de textos com foco no assunto. Identifica-se que, mesmo as matérias com foco no fato – característica das notícias, segundo Lage (2001) – são capazes de apresentar aspectos que estão além de uma mera descrição do fato mais importante.

É necessário reconhecer que, mesmo avançando em novas singularidades ou tratando de assuntos, para além de fatos, alguns textos não se caracterizam como reportagens. Consideram-se reportagens textos que cruzam as categorias apresentadas no quadro 1. Um texto com foco em um assunto, por exemplo, mas que não possui entrevistas com fontes, ou uma análise breve baseada exclusivamente em dados, não foram consideradas reportagens.

Tendo isso em vista, encontram-se dentre as 104 publicações do mês artificial 19 reportagens. Foram excluídos materiais produzidos por outros veículos e publicados no *Plural* e textos do Festival de Jornalismo Literário. Tratam-se de textos que exploram fatos ou assuntos, avançando em novas singularidades e complexificando acontecimentos, que demonstram envolvimento do repórter na pauta, entrevistas com fontes, análises e, alguns, podem ser considerados como referências sobre determinados assuntos. Isso significa que, dentro do recorte analisado, 18% das publicações são reportagens produzidas pela equipe do *Jornal Plural Curitiba*. O número resulta em uma média de 4,75 reportagens por semana, excluindo-se os finais de semana.

Algumas grandes reportagens investigativas e analíticas produzidas pela equipe do *Plural* se destacam. Pode-se por meio delas reconhecer modelos de reportagem adotados pelo veículo. Percebe-se que, em muitos casos, se tratam de materiais breves, mas que mesmo assim excedem as informações básicas sobre os acontecimentos. Já quando se tratam de materiais maiores, buscou-se enquadrá-los em “tipos” de reportagem característicos. São eles, com alguns exemplos específicos do recorte:

– Grandes materiais sobre assuntos “plurais”, com olhar humanizado e foco em direitos humanos, principalmente. Alguns dos assuntos abordados foram menstruação, quilombos e liberdade religiosa, ensino a distância para crianças e casos de racismo na cidade;

- Publicações com outros olhares sobre fatos já cobertos. Um exemplo é a matéria sobre a mulher atingida por um objeto na Marcha da Família em Curitiba, que entrevista os envolvidos e analisa a repercussão do caso;
- Coberturas aprofundadas sobre questões que em outros lugares sairiam como *releases*, como é o caso da volta às aulas em determinadas instituições e a falta de vacinas;
- Assuntos recorrentes que interessam ao *Plural* e podem reaparecer. Esse tipo de cobertura pode ser indicativo de um reaproveitamento de apuração ou de especialização dos repórteres em determinados assuntos, como *homeschooling*, repercussão de denúncias, projetos de lei em suas várias etapas de tramitação, entre outros;
- Denúncias, especialmente em relação a empresas públicas e ao poder público, como reportagem sobre gastos Sanepar em evento privado e família que não consegue ver jovem preso;

Os tipos apresentados são apenas uma tentativa de categorizar a cobertura, mas, na prática, eles se intercalam muitas vezes e conversam entre si. A própria matéria sobre a família do jovem preso pode ser enquadrada como uma reportagem de olhar humanizado, assim como a da mulher atingida em manifestação. Nesses casos, o *Plural* tende a escutar pessoas, vítimas e ouvir as várias partes envolvidas em um acontecimento. Esse “jornalismo humanizado” é o que caracteriza a reportagem.

Apesar de não estar enquadrada no recorte escolhido, uma cobertura recuperada em duas das entrevistas merece destaque, pois parece representativa do modo como o *Plural* explora características de reportagem em tentativa de diferenciar-se da concorrência. Em setembro de 2021 um jovem morreu baleado pela Guarda Municipal no Largo da Ordem em Curitiba. Segundo a equipe do jornal, o caso havia sido divulgado amplamente na imprensa, mas a equipe buscou aprofundar as características do caso, mostrando quem era o rapaz e quais foram as circunstâncias da ocorrência para além da versão oficial da Guarda. Para eles, a repercussão da cobertura foi grande, mesmo que atrasada em relação aos outros veículos, justamente por extrapolar a singularidade e olhar o fato de um ângulo diferente daquele utilizado pela competição.

A cobertura aprofundada dos “*releases*” também se destaca como uma característica que pode ser inclusive um reconhecimento do jornal sobre o que seu público espera ou de vazios de informação. Ao perceber que grande parte dos materiais de assessoria são publicados sem tratamento, a mais breve apuração é um diferencial. O aprofundamento de *releases* de educação, por exemplo, é um tema que interessaria ao público majoritariamente

universitário do portal. O mesmo vale para materiais relacionados à Covid-19, por se tratar de um assunto que o jornal diz ter se especializado nesse período.

Até mesmo os especiais – como aqueles sobre pobreza menstrual ou racismo religioso – não apresentam quantidade significativa de material multimídia. A maior parte dos conteúdos conta apenas com fotos e, em alguns casos, gráficos. Trata-se menos de uma escolha e mais de uma necessidade, visto que uma estratégia adotada pelo *Plural* e destacada por uma das repórteres está em aumentar a quantidade de conteúdo multimídia, com infográficos, ilustrações e fotografias feitas pela própria equipe. Parte dessas limitações se relaciona ao fato de que a maior parte dos textos são produzidos individualmente, com raros casos de colaboração.

Observa-se, ainda, que parte das pautas têm suas características e pontos essenciais sistematizadas na reunião da equipe. Trata-se de uma peculiaridade da reportagem, destacada por Gradim (2000). Nas reuniões, são discutidas análises possíveis a partir da pauta, olhares diferentes para um mesmo fato e possibilidades de apuração.

Por fim, identifica-se nesse material que, apesar de valorizar as características de reportagem, o *Jornal Plural Curitiba* busca publicar notícias quentes e manter a atenção da audiência no portal. Observa-se pelas pautas que o jornal cobre assuntos considerados polêmicos e que repercutem nas redes sociais, por exemplo, como o caso da mulher atingida na marcha pela família ou o jovem morto no Largo da Ordem.

A necessidade de manter a audiência concorre com a produção de materiais aprofundados. A concorrência se identifica tanto no olhar para o produto, quanto para a produção. O *Plural* não se propõe como um veículo especializado em reportagem, mas o desejo por fazê-la e a inserção deste formato na identidade do portal exige estratégias de articulação entre o *hard news* e um conteúdo aprofundado e humanizado.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho se dedicou a compreender os modos de operação do dispositivo reportagem na constituição de um jornal local nativo digital: o *Jornal Plural Curitiba*. Articularam-se três técnicas distintas para compreender essas características e apresentar ao leitor um olhar complexo para a prática do portal, mantendo como meta a análise da reportagem e suas manifestações estratégicas em um contexto marcado pelas crises do jornalismo.

Os capítulos iniciais exploram ampla bibliografia sobre o objeto deste trabalho, a reportagem, e o contexto em que ela está inserida. Percebe-se que a reportagem se constitui como uma prática nobre e vastamente estudada no jornalismo. Apesar de ser compreendida predominantemente de maneira relacional com a notícia, identificam-se características estáveis ao longo do tempo e que superaram, inclusive, transformações tecnológicas.

A seção que concentra a discussão sobre reportagem poderia ser organizada de outras maneiras: cronologicamente, concentrada em sua história; por meio de cânones da prática no jornalismo e até mesmo a partir do perfil da profissão, de seu papel na identidade profissional, e nas mudanças ocorridas ao longo do tempo. Compreende-se que a organização pelos tipos de bibliografia auxilia na percepção de que ela pode ser analisada de diferentes formas no jornalismo, retratando a variedade de estudos realizados ao longo do tempo, possibilitando que outras pesquisas se apropriem de partes específicas do texto para ampliar suas discussões.

Com relação ao objetivo deste trabalho, a organização proposta possibilitou encontrar características variadas da reportagem, os lugares assumidos por ela na prática, como identificá-la, e refletir sobre os modos pelos quais ela poderia ser apropriada de modo estratégico na atualidade. Foi por meio dessa organização que surgiram hipóteses ao longo da pesquisa e reflexões retomadas nas análises.

Quanto ao contexto, considera-se que é essencial conhecê-lo para pensar as transformações pelas quais a prática jornalística de modo geral e a reportagem especificamente passam. É nesse contexto que se percebe a oportunidade de apropriação da reportagem como um dispositivo estratégico de consolidação de novas iniciativas jornalísticas.

Constata-se que esse contexto é marcado, principalmente, por alterações significativas em três lugares da prática: os seus formatos; sua relação com o público, na confiança e credibilidade do jornalismo, e nos seus modos de financiamento. Tais alterações exigem adaptação por parte dos jornais e dos jornalistas.

O *Jornal Plural Curitiba* está inserido nesse movimento. Foi possível apresentar um retrato do jornal como uma iniciativa em fase de consolidação em um mercado jornalístico, o curitibano, que passou por fortes alterações. Esse mercado se faz propício para novos jornais, o que foi reconhecido pelos fundadores do portal.

Observa-se que o *Plural* representa uma série de outras iniciativas que buscam a sustentabilidade financeira e a consolidação jornalística em ambiente de abundância informativa. Os dilemas enfrentados pelo jornal, em relação ao tamanho da equipe, possibilidade de profissionalização, busca por modos de financiamento, entre outros, são representativos de uma realidade que é comum a muitos outros veículos nativos digitais. Tais veículos articulam uma visão comercial para o jornalismo, reconhecendo possibilidades, inclusive, econômicas, e os ideais da profissão.

A observação, as entrevistas e a análise do conteúdo publicado, quando combinadas, revelam o modo como se faz reportagem no *Plural* e permitem apreender criticamente o que ela representa no contexto descrito. Uma metodologia diversa possibilita essa apreensão e, no tensionamento das observações, revela resultados.

Primeiramente, o *Jornal Plural Curitiba* produz reportagens. Essas produções são diferentes entre si, mas percebe-se alguns padrões enquadrados em categorias:

- a) Reportagens especiais com olhar “plural”, humanizado, de foco em direitos humanos;
- b) Reportagens sobre fatos já explorados na mídia, com abordagens alternativas;
- c) Reportagens que desenvolvem assuntos que, em outros jornais, ocupam espaço de notas ou notícias;
- d) Coberturas sistemáticas de assuntos em que o *Plural* se especializou;
- e) Denúncias relacionadas ao poder e ao serviço público.

Nos recortes analisados, são esses tipos de cobertura que mais se manifestam no formato de reportagem. Percebe-se, todavia, que esse modo de produção está em constante competição com a produção de *hard news*, já que o veículo não se propõe especializado em reportagem e percebe na produção de notícias oportunidades para manutenção de audiência, materializada em cliques, e para popularização do portal, com ampliação em quantidade e variedade do público leitor.

Chama atenção, porém, a preocupação em conciliar esses dois formatos – a notícia e a reportagem. A necessidade de publicações periódicas que mantém a atenção do público no

portal se revela na observação, nas entrevistas e na análise do conteúdo. Mesmo buscando realizar um jornalismo que se diferencia pela sua profundidade e análise, o *Jornal Plural Curitiba* se insere na dinâmica do mercado jornalístico local, em relação inevitável com outros entes jornalísticos.

Na prática, identifica-se intenções de manter e ocupar um espaço complementar no noticiário local. As decisões editoriais observadas revelam a articulação de coberturas aprofundadas, de análise e com olhar humanizado, sem abrir mão do imediatismo, de assuntos polêmicos e que ocupam também espaço em outros veículos. Esse tipo de assuntos gera cliques e audiência, essencial para um modelo de financiamento publicitário, mas também para a atração de novos assinantes.

Mesmo com a priorização do modelo de financiamento por assinantes, o *Plural* não descarta a necessidade de publicidade. A publicidade, não sendo automatizada, é mais flexível com relação aos números de cliques e amplia as possibilidades de experimentação em relação ao conteúdo.

Observar essas decisões e os processos de articulação realizados pela equipe no dia a dia, revela táticas de equalizar o jornalismo da reportagem e a necessidade de garantir um negócio sustentável e que busca crescer. O desejo de reportagem e o reconhecimento de sua importância, portanto, são sustentados também pela percepção de que ela possibilita um diferencial em relação à concorrência e até mesmo oferece arquivo de consulta que facilita a cobertura de assuntos recorrentes, diminuindo, em alguma medida, o esforço da equipe pequena.

Percebe-se, ainda, o potencial fortalecedor de marca da reportagem. Reconhece-se que é através desse tipo de produção que o jornal conquistou seu público, assumindo certo lugar em meio às discussões relativas a cidade de Curitiba, seja no âmbito político, seja em relação ao espaço público e aos direitos humanos. É a partir desse espaço, adquirido em grande parte pela reportagem, que o jornal busca ampliar seu público e se consolidar.

As reportagens produzidas pelo *Plural*, todavia, não são necessariamente grandes produções. Justamente por conta dessa articulação constante, é possível identificar características de reportagem em produções de rotina. Extrapola-se a singularidade do fato, entrevista-se múltiplas fontes, contextualiza-se e recupera-se informações anteriores, entre outras técnicas, em materiais especiais, mas também em matérias produzidas durante um dia pelos repórteres. Apesar de explorar outros formatos, como vídeos e *podcasts*, as características do webjornalismo nas notícias e reportagens, por exemplo, são exploradas de

maneira incipiente, em publicações majoritariamente textuais, normalmente com poucas imagens ou gráficos.

Ou seja, as intenções editoriais encontram barreira em aspectos práticos como a quantidade de repórteres, o impedimento de produzir em equipes com várias especialidades, o dinheiro disponível para financiar produções e a necessidade de manter o site atualizado periodicamente. A necessidade de produção rápida, inclusive, poderia impedir a produção de reportagem. Identifica-se, porém, no modo como esse dispositivo é operado, que o *Plural* possibilita a convivência dessas intenções. Mesmo assim, é necessário pensar a sobrecarga da equipe, tanto dos repórteres, quanto dos gestores que assumem múltiplas funções, nesse contexto.

Identificou-se que há adesão da equipe de reportagem ao projeto editorial do site, que aparece até mesmo de maneira idealizada nas entrevistas. A equipe admira o jornal e identifica-se com suas características. Mesmo assim, encontra barreiras práticas na produção dentro de uma estrutura limitada. Questões como a segurança de repórteres em casos de ameaças por conta de denúncias, a necessidade de transporte para regiões mais afastadas e a produção de materiais complementares às matérias (como ilustrações e fotografias, por exemplo) são algumas das preocupações identificadas na tensão entre a adesão ao projeto e as condições de produção.

Percebe-se, ainda, questões específicas do momento observado – marcado pela pandemia de Covid-19 e pelo trabalho remoto – na análise. Tratam-se de características que extrapolam, inclusive, a reportagem. O distanciamento geográfico é determinante no contexto. Em determinado momento, uma repórter participa da reunião de pauta do interior de um carro, por exemplo. Em outros momentos, parte da equipe estava em diferentes cidades em cada reunião, mesmo se tratando de um jornal local. A própria cobertura jornalística é alterada pela mediação tecnológica, na medida em que é possível que o jornal tenha repórteres cobrindo a cidade sem estar/viver nela. Isso se intensifica com a pandemia, dada a diminuição de eventos presenciais e a transmissão simultânea daqueles que foram realizados.

Considera-se que o trabalho foi capaz de evidenciar as operações da reportagem realizadas pelo *Jornal Plural Curitiba*. Ademais, revela características que podem ser exploradas com maior atenção em pesquisas posteriores ou desdobramentos do trabalho. É possível utilizar a compreensão da reportagem como um dispositivo estratégico de fortalecimento de outros jornais em meio às crises. Também é possível reconhecer transformações da reportagem em relação à identidade profissional, questão que não entra no

foco da dissertação. Ou, até mesmo, recuperar aspectos históricos da prática e descrever o novo capítulo da reportagem no jornalismo brasileiro, algo que está incipiente neste trabalho.

Aplicar os achados desta pesquisa em trabalhos mais amplos será frutífero para a compreensão da reportagem enquanto dispositivo estratégico – assim como de outros dispositivos operados por jornalistas – nas crises de um modo que extrapole a análise singular de um veículo para estudar o jornalismo brasileiro de modo geral. Considera-se que, a partir das dimensões de uma dissertação, esta pesquisa contribui com esse debate, trazendo um olhar possível para a reportagem em jornais digitais frente aos desafios do jornalismo hoje.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, L. A. DE. O jornalismo investigativo e seus critérios de noticiabilidade: notas introdutórias. **Alceu**, v. 7, p. 73–84, 2006.
- ALVES, R. C. Jornalismo digital: Dez anos de web... e a revolução continua. **Comunicação e sociedade**, v. 9, n. 10, p. 93–102, 2006.
- ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, v. 5, n. 3, p. 30–89, 2013.
- BACCIN, A. N. **Como contar histórias ?**: o hipertexto jornalístico na reportagem hipermídia. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.
- BALDESSAR, M. J. Mundo digital: Jornal do Brasil na Internet no tempo do PC 386. *In*: Encontro da ALCAR - Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, 7., 2009, Fortaleza. **Anais [...] Fortaleza: Unifor, 2009. Disponível em**: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/Mundo%20digital.pdf>>.
- BARBOSA, S. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. *In*: CANAVILHAS, J. (Ed.). **Notícias e mobilidade - Jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: Livros LabCom, 2013. p. 33–54.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BATISTA DE LIMA, R. C. **Credibilidade no jornalismo independente**: uma análise do ethos discursivo da Agência Pública. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020.
- BENETTI, M. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. *In*: **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 44–57.
- BENSON, R. Paywalls and public knowledge: How can journalism provide quality news for everyone? **Journalism**, v. 20, n. 1, p. 146–149, jan. 2019.
- BERGAMO, A. Reportagem, memória e história no jornalismo brasileiro. **Mana**, v. 17, n. 2, p. 233–269, 2011.
- BERGAMO, A. “Antigos” e “Novos” no jornalismo brasileiro dos anos de 1980 e 1990: Uma identidade profissional em disputa. **Política & Sociedade**, v. 19, n. 45, p. 337–368, 19 nov. 2020.
- BORGES, Z. **1.400 jornalistas demitidos em 2015 - Observatório da Imprensa**, 9 jan. 2016. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/1-400-jornalistas-demitidos-em-2015/>>. Acesso em: 27 ago. 2021
- BRADSHAW, P. Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. **Webjornalismo**, v. 7, p. 111–136, 2014.

BRONOSKY, M. **Manuais de redação e jornalistas: estratégias de apropriação**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2010.

BRONOSKY, M. E.; SCHOENHERR, R. Indicações sobre a descrição de cenários de produção jornalística. **Revista FAMECOS**, v. 23, n. 3, p. 22650, 7 jul. 2016.

BROUSTAU, N. et al. A entrevista de pesquisa com jornalistas. Introdução. **Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo**, v. 1, n. 1, 4 set. 2012.

CANAVILHAS, J. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014.

CARLSON, M. The perpetual failure of journalism. **Journalism**, v. 20, n. 1, p. 95–97, jan. 2019.

CARVALHO, M. A. S. A. DE. **Do impresso ao digital: os desafios da grande reportagem jornalística**. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação). - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2018.

CARVALHO, G. Jornalismo alternativo na era digital: análise de reportagens da Agência Pública. **Revista Alterjor**, v. 2, n. 10, 2014.

CASARA, R. R. **Estado pós-democrático**. Neo-obscurantismo e gestão dos indesejáveis. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

CHARRON, J.; DE BONVILLE, J. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis e Brasília: Insular e FAC Livros, 2016.

CHRISTOFOLETTI, R. **A crise do jornalismo tem solução?** São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2019.

COIMBRA, O. **O texto da reportagem impressa: um curso sobre sua estrutura**. São Paulo: Editora Ática, 2004.

DEL VECCHIO-LIMA, M. et al. **Possibilidades, limites e fragilidades de um nativo digital: o jornal Plural (Curitiba,PR)**. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 17., 2019, Goiânia. **Anais [...]** Goiânia: Universidade Federal de Goiás (UFG), 2019. Disponível em: <<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2019/paper/view/2056/1015>>. Acesso em: 5 nov. 2021

DOMÍNGUEZ, E. Going beyond the classic news narrative convention: The background to and challenges of immersion in journalism. **Frontiers in digital humanities**, v. 4, p. 10, 2017.

DOS ANJOS, M. M. P. **O dispositivo coletiva de imprensa na operação lava jato: estudo das estratégias estabelecidas por fontes, assessores e jornalistas**. 2021. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2021.

DOS SANTOS, A. C. O jornalismo de região em consonância com a história do seu povo: um breve estudo da trajetória da Gazeta do Povo. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, v. 1, n. 8, p. 2–2, 2011.

DUARTE, R. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educar em revista**, n. 24, p. 213–225,

2004.

EDELMAN. **Edelman Trust Barometer 2021**. Disponível em: <<https://www.edelman.com.br/estudos/edelman-trust-barometer-2021>>. Acesso em: 30 set. 2021.

ERCAN, G.; CICEKLI, I. Using lexical chains for keyword extraction. **Information Processing & Management**, Text Summarization. v. 43, n. 6, p. 1705–1714, 1 nov. 2007.

FAUSTO NETO, A. A religião do contato: estratégias discursivas dos novos “templos midiáticos”. **Comun. Inf.**, v. 7, n. 1, p. 13–33, 2004.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Relatório 2020 - Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil**. Brasília: Federação Nacional dos Jornalistas, 2020. Disponível em: <<https://fenaj.org.br/relatorios-de-violencia-contrajornalistas-e-liberdade-de-imprensa-no-brasil/>>.

FENAJ. **MP 936: Mais de 4 mil jornalistas do país tiveram impactos salariais durante a pandemia - FENAJ**, 16 jul. 2020. Disponível em: <<https://fenaj.org.br/mp936-afeta-mais-de-4-mil-jornalistas/>>. Acesso em: 27 ago. 2021

FENTON, N. (Dis)Trust. **Journalism**, v. 20, n. 1, p. 36–39, 1 jan. 2019.

FERIGATO, G. M. **MORTE SEM FAMA: critérios de noticiabilidade do suicídio de anônimos em portais brasileiros**. 2019. Dissertação (Mestrado Profissional em Jornalismo) – FIAM-FAAM, São Paulo, 2019.

FERNANDES, J. C. et al. **Jornal Plural: o hiperlocalismo contra a desfronterização online**. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 17., 2019, Goiânia. **Anais [...]** Goiânia: Universidade Federal de Goiás (UFG), 2019. Disponível em: <<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2019/paper/view/2110/1049>>. Acesso em: 5 nov. 2021

FERNANDES, J. C.; DOS SANTOS, M. R. **Todo dia nunca é igual: notícias que a vida contou em 90 anos de circulação da Gazeta do Povo**. Curitiba: Editora Gazeta do Povo, 2010.

FIDALGO, A. Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth. **Pauta geral**, v. 11, n. 6, p. 1–13, 2004.

FIDELIS, K. D. **Jornalismo longform: uma análise das narrativas do site BBC Brasil sobre o BRICS**. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade de Sorocaba, Sorocaba, 2018.

FINK, K. The biggest challenge facing journalism: A lack of trust. **Journalism**, v. 20, n. 1, p. 40–43, 1 jan. 2019.

FISCHER, M. C. Longform: means more than just a lot of words. **American Journalism Review, Maryland**, v. 17, 2013.

FOLHA DE S. PAULO. **Novo Manual da Redação**. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1996.

FOLHA DE S. PAULO. **Datafolha: Cai confiança da população nas instituições e nos três**

Poderes. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/09/datafolha-cai-confianca-da-populacao-nas-instituicoes-e-nos-tres-poderes.shtml>>. Acesso em: 30 set. 2021.

FONTANA, M. Os limites entre fato e ficção: jornalismo literário em perspectiva. **Anais do Evento PG Letras 30 Anos**, v. 1, n. 1, p. 325–333, 2006.

GENRO FILHO, A. **O Segredo da Pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

GFK VEREIN. **Trust in Professions 2018 - a GfK Verein study**. Nuremberg: GfK Verein, 2018.

GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GÓMEZ, R. Políticas públicas de comunicación de masas, ciudadanía y conflicto social en las sociedades capitalistas latinoamericanas un análisis del estado de la cuestión. In: F. Saintout; A. Varela; D. Bruzzone. **Voces Abiertas de América Latina**: Comunicación, Política y Ciudadanía, p. 43–77, 2015.

GONÇALVES, A. L. Uso de resumos e palavras-chave em Ciências Sociais: uma avaliação. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 13, n. 26, 2008.

GRADIM, A. **Manual de jornalismo**. [s.l.] Universidade da Beira Interior/Livros Labcom, 2000.

GROTH, O. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos da ciência dos jornais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

GUILHERMANO, L. **Identidade profissional dos jornalistas**: histórias de vida na transição do período industrial para o pós-industrial. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

HABERMAS, J. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Tradução: Flávio Kothe. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HAMMERSLEY, M.; ATKINSON, P. **Ethnography**: principles in practice. 3rd ed ed. London ; New York: Routledge, 2007.

HAYES, D.; LAWLESS, J. L. The Decline of Local News and Its Effects: New Evidence from Longitudinal Data. **The Journal of Politics**, v. 80, n. 1, p. 332–336, jan. 2018.

HINE, C. **Etnografia virtual**. Barcelona: Editorial UOC, 2004.

HUNTER, M. L. **A investigação a partir de histórias**: um manual para jornalistas investigativos. [s.l.] UNESCO Publishing, 2013.

ITO, L. DE L. **A (r)evolução da reportagem**. Estudo do ciclo da reportagem hipermídia: da produção às respostas sociais. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2018.

- JOBIM, D. **Espírito do jornalismo**. [s.l.] Livraria São José, 1960. v. 17
- JUNKER, B. H. **Field Work: An Introduction to the Social Sciences**. Chicago: The University of Chicago Press, 1960.
- KEYES, R. **The post-truth era: Dishonesty and deception in contemporary life**. [s.l.] Macmillan, 2004.
- KOTSCHO, R. **A prática da reportagem**. São Paulo (SP): Atica, 2007.
- LAGE, N. **Ideologia e Técnica da Notícia**. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2001.
- LAGE, N. **Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2011.
- LEAL, B. S.; JÁCOME, P.; MANNA, N. A “crise” do jornalismo: o que ela afirma e o que ela esquece. **LÍBERO**, n. 34, p. 145–154, 2016.
- LENZI, A. **O Desafio da produção de conteúdos noticiosos multimídia no cenário da convergência: a experiência dos repórteres do Diário Catarinense**. 2011. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.
- LENZI, A. O jornalismo nativo digital do brasileiro Nexo. *In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, 17., 2019, Goiânia. **Anais [...]** Goiânia: Universidade Federal de Goiás (UFG), 2019a. Disponível em: <https://www.academia.edu/es/40787683/SBPJor_2019_O_jornalismo_nativo_digital_do_brasileiro_Nexo>.
- LENZI, A. A grande reportagem multimídia como expressão plena do jornalismo online: dos sucessos pioneiros aos produtos nativos digitais. Em: HENRIQUES, F. et al. (Eds.). **Gênero, notícia e transformação social**. Aveiro: Ria Editorial, 2019b. p. 279.
- LIMA, E. P. **Verbetes elaborados por Edvaldo Pereira Lima**. [s.l: s.n.].
- LONGHI, R. R.; LENZI, A. Práticas ciberjornalísticas em Realidade Virtual: inovação e impacto nos processos de produção. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 24, n. 3, 2017.
- LONGHI, R. R.; WINQUES, K. O lugar do longform no jornalismo online. Qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo. **Brazilian Journalism Research**, v. 11, n. 1, p. 110–127, 2015.
- LOPES, F. L. Jornalismo: uma profissão em crise? **Intexto**, n. 24, p. 58–72, 2011.
- LUCENA, L. C. **O uso das métricas de audiência no webjornalismo do Amapá: um estudo sobre a redação virtual do site SelesNafes.com**. 2020. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2020.
- LUTES, J. M. Into the Madhouse with Nellie Bly: Girl Stunt Reporting in Late Nineteenth-Century America. **American Quarterly**, v. 54, n. 2, p. 217–253, jun. 2002.
- MACHADO, E.; PALACIOS, M. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada

pelo GJOL. Em: LAGO, C.; BENETTI, M. (Eds.). . **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 199–222.

MAGNO, A. B. **A agonia da reportagem**: das grandes aventuras da imprensa brasileira à crise do mais fascinante dos gêneros jornalísticos: uma análise das matérias vencedoras do Prêmio Esso de Jornalismo. 2006. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

MAINARDES, J. Pesquisa etnográfica: elementos essenciais. Em: BOURGUIGNON, J. A. (Ed.). . **Pesquisa social**: Reflexões teóricas e metodológicas. Ponta Grossa, PR: Todapalavra, 2009.

MANZINI, E. J. A entrevista na pesquisa social. **Didática**, v. 26/27, p. 149–158, 1991 1990.

MARCONDES FILHO, C. **Comunicação e jornalismo**: A saga dos cães perdidos. [s.l.] Hacker Editores, 2000. v. 2

MARCONI, M. DE A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

MARTINS, E. **Manual de Redação e Estilo de O Estado de S. Paulo**. 3. ed. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.

MATEUS, S. A Etnografia da Comunicação. **Antropológicas**, n. 13, p. 83–88, 19 nov. 2015.

MEDEIROS, A. B. **A reportagem com base na extração, análise e visualização de dados**. 2016. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

MENDES, G. DA S. A construção da notícia sob a ótica etnográfica: contribuições da antropologia para os estudos de jornalismo. **Comunicação & Sociedade**, v. 34, n. 2, p. 283–303, 2013.

MIELNICZUK, L. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

MIGUEL, L. F. Jornalismo, polarização política e a querela das fake news. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 46–58, 2019.

MORETZSOHN, S. O mito libertário do “jornalismo cidadão”. **Comunicação e Sociedade**, v. 9, p. 63–81, 2006.

MOTA, A. **Jornalismo live streaming**: um estudo das apropriações jornalísticas da tecnologia de transmissão ao vivo no Facebook. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.

MOTTA, L. G. Análise pragmática da narrativa jornalística. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Intercom, 2005.

MOUILLAUD, M. **O jornal**: da forma ao sentido. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

- NOBLAT, R. **A arte de fazer um jornal diário**. [s.l.] Editora Contexto, 2006.
- NORDENSTRENG, K. Truth: More valid than ever. **Journalism**, v. 20, n. 1, p. 52–55, 1 jan. 2019.
- OLIVEIRA, D. DE. Jornalismo alternativo: um potencial para a radicalização da democracia. **Signo y Pensamiento**, v. 30, n. 58, p. 52–63, 2011.
- OLIVEIRA FILHA, E. A. DE. Apontamentos sobre a história de dois jornais curitibanos: "Gazeta do Povo" e "O Estado do Paraná". **Cadernos da Escola de Comunicação**, v. 1, n. 2, 2004.
- OLLER ALONSO, M.; TORNAY-MÁRQUEZ, M. Hacia un periodismo-otro: culturas periodísticas en América Latina, en el marco del giro decolonial. *In*: OLLER ALONSO, M. **Cultura(s) Periodística(s) Iberoamericana(s) La diversidad de un periodismo próprio**. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social, 2017. p. 317–340.
- PAIVA, L. P. G. **Ponto e vínculo: jornalismo literário e reportagens seriadas**. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Universidade de Sorocaba, Sorocaba, 2018.
- PALACIOS, M. Convergência e Memória: jornalismo, contexto e história. **Revista Matrizes**, v. 4, n. 1, p. 37–51, 2015.
- PASSOS, F. Z. A. **Novas narrativas do jornalismo: possibilidades e tendências das reportagens na Web**. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2015.
- PATRÍCIO, E.; BATISTA, R. Elementos de identidade em iniciativas de jornalismo independente. **Revista Extraprensa**, v. 13, n. 2, p. 217–231, 2020.
- PAVLIK, J. V. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001.
- PENA, F. O jornalismo literário como gênero e conceito. **Revista Contracampo**, v. 2, n. 17, p. 43–58, 2007.
- PEREIRA, F. H.; NAVES, L. M. A entrevista de pesquisa com jornalistas: algumas estratégias metodológicas. **Intexto**, v. 0, n. 29, p. 41–57, 16 dez. 2013.
- PERNISA JÚNIOR, C. Mônadas abertas: a evolução de um conceito. **Brazilian Journalism Research**, v. 9, n. 1, p. 154–173, 30 jun. 2013.
- PODER 360. **PoderData mostra queda de confiança dos brasileiros na imprensa**. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/poderdata/poderdata-mostra-queda-de-confianca-dos-brasileiros-na-imprensa/>>. Acesso em: 30 set. 2021.
- PONTES, F. S. **Adelmo Genro Filho e a teoria do jornalismo no Brasil: uma análise crítica**. 2015. Tese (Doutorado em Sociologia Política). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.
- PONTES, F. S. Adelmo Genro Filho e a Teoria do Jornalismo: 30 anos de O Segredo da Pirâmide. **Brazilian Journalism Research**, v. 13, n. 1, p. 164–181, 2017.

RIOS, A.; BRONOSKY, M. Violência contra jornalistas, ameaça à sociedade. **Mosaico**, v. 11, n. 17, p. 86, 28 jan. 2020.

RUSSELL, A. ‘This time it’s different’: Covering threats to journalism and the eroding public sphere. **Journalism**, v. 20, n. 1, p. 32–35, 1 jan. 2019.

SALAVERRÍA, R. Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. **Profesional de la Información**, v. 28, n. 1, 2019.

SANTOS, A. P. DOS. **Governança e Jornalismo**: financiamento coletivo na busca de sustentabilidade para organizações jornalísticas. 2018. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2018.

SCALZO, M. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

SCHUDSON, M. **Descobrimo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

SILVA, M. V. DA. **Masculino, o gênero do jornalismo**: um estudo sobre os modos de produção das notícias. 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

SOUZA, A. L. V. DE; XAVIER, C. **O movimento de circulação de notícias nos grupos de WhatsApp do Portal Arede**. In: Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJOR), 8., 2018, São Paulo. **Anais [...]** São Paulo: FIAM-FAAM / ANHEMBI MORUMBI, 2018. Disponível em: <<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/jpjour/JPJor2018/paper/viewFile/1638/627>>. Acesso em: 6 abr. 2022

TAVARES, C. Q. **A crise do modelo tradicional de jornalismo**: Reconfiguração da prática profissional na redação da Gazeta do Povo. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

THIOLLET, M. J. M. **Crítica Metodológica Investigação Social & Enquete Operária**. São Paulo: Editora Polia, 1987.

TRAQUINA, N. **A tribo jornalística**: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular Livros, 2020.

TRÄSEL, M. R. **Entrevistando planilhas**: estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil. 2014. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

TRAVANCAS, I. Etnografia da produção jornalística – estudos de caso da imprensa brasileira. **Brazilian journalism research**, v. 6, n. 2, p. 83–102, 2010.

TRAVANCAS, I. **O Mundo Dos Jornalistas**. São Paulo: Summus Editorial, 2021.

TUCHMAN, G. **La Producción de la Noticia**. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli, 1983.

VICENZI, L. N. **Do discurso político ao discurso jornalístico**: a construção da imagem de

si nos pronunciamentos de Michel Temer e a produção de sentidos nos portais jornalísticos G1/O Globo e Uol/Folha de S. Paulo. 2019. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

VIDAL E SOUZA, C. **Repórteres e reportagens no jornalismo brasileiro**. 1a ed ed. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

WAHL-JORGENSEN, K. The challenge of local news provision. **Journalism**, v. 20, n. 1, p. 163–166, jan. 2019.

WAHL-JORGENSEN, K. An emotional turn in journalism studies? **Digital Journalism**, v. 8, n. 2, p. 175–194, 2020.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e métodos**. [s.l.] Bookman editora, 2015.

APÊNDICE A – TRANSCRIÇÕES DE ENTREVISTAS

Como sinalizado durante o detalhamento metodológico da pesquisa, as entrevistas se encontram transcritas neste apêndice. As entrevistas com os profissionais em cargos de chefia estão transcritas na íntegra, com os nomes revelados. Defendeu-se a necessidade de preservação das identidades das pessoas em cargos de reportagem, por conta de ocuparem posições menos favoráveis na hierarquia do jornal. Portanto, optou-se por omitir determinados trechos e/ou respostas completas dessas entrevistas, buscando evitar ao máximo a identificação dos informantes. Os trechos omitidos estão sinalizados com um aviso entre colchetes em itálico.

JOÃO FREY – CHEFE DE REDAÇÃO

João Frey foi chefe de redação do *Jornal Plural Curitiba*. Entrevista realizada no dia 23/12/2021.

João, queria que primeiro você falasse um pouco sobre como você entrou no Plural, quando você entrou no Plural e como chegou essa proposta para você.

Eu tava – se eu não me engano foi abril, eu não tenho muita certeza, abril ou maio, por ali – eu pedi demissão, eu tava no *Congresso em Foco* lá em Brasília. Eu moro em Brasília na verdade né, eu to em Curitiba na casa da minha mãe agora. Eu tava no *Congresso em Foco*, pedi demissão do *Congresso em Foco* porque tava um ritmo muito insano lá, não tava funcionando pra mim e aí avisei os amigos. Aí no mesmo dia em que eu pedi demissão o Rogerio me ligou, já querendo que eu entrasse no *Plural*. A gente já se conhecia né, porque a gente trabalhou junto na *Gazeta*. Eu cheguei a trabalhar com ele lá na *Gazeta*, por algum... por mais de... acho que por uns dois anos... três anos na verdade que eu fiquei o Rogerio tava lá. Então a gente já se conhecia. Aí ele fez a proposta, eu achei interessante, eu sempre gostei. Eu fui pra Brasília pela *Gazeta* como correspondente pra escrever sobre Paraná. Eu sempre gostei de escrever sobre Paraná, mesmo morando em Brasília. E como a gente tava nessa fase de pandemia, de desterro, de que não importa muito o lugar que você esteja, a gente tava tudo on-line mesmo, aí eu acabei, aí topei e entrei no *Plural*. Fechei com ele pra gente... era, a ideia já era de um projeto de alguns meses assim, a gente tinha conversado inicialmente de ficar seis meses e aí fomos vendo, fomos vendo e acabei saindo, mas era um projeto já que a gente tinha noção de que ia durar mais ou menos até o fim desse ano.

E como foi a tua experiência aí no jornal?

Cara, eu gostei muito. Foi a ... vamos separar assim - deixa eu entrar que tá batendo um sol na minha cara agora, só um pouco... vou num lugar mais silencioso aqui. Então, foi... como jornal foi muito bacana, porque eu vim de um ritmo muito frenético no *Congresso em Foco* e caí no ritmo um pouco menos frenético no *Plural*. Então, quer dizer, é jornalismo diário, é jornalismo na internet, mas é um jornalismo que tem um ritmo de pautas próprias, claro a gente vai entrar no *hard news* mas vai entrar com o nosso olhar, então era um pouco... tinha um pouco mais de respiro. Isso foi muito bom. Sempre gostei muito do Rogerio, trabalhar com ele de novo foi muito bom.

Acho que a parte mais difícil foi a experiência 100% on-line e distante da cidade.

Assim, tem esses... porque eu acho que o jornalismo local, a gente perde quando a gente não tá olhando pra cidade, sabe? E como eu tava em Brasília escrevendo sobre Curitiba, ainda que todo mundo estivesse em casa, ainda que as coisas não estivessem acontecendo na Assembleia... orra, você pega um ônibus, cê tá na rua, cê vê alguma coisa, cê vê pauta, cê percebe. Se o prefeito diz que tal coisa tá funcionando bem e você tá ali pegando aquele ônibus, você vê que não tá funcionando bem. Você tem uma noção melhor pra você pensar pauta, pra você ter sacadas, encontrar gente. Essa coisa da distância e do digital eu achei complicada pra fazer jornalismo local.

E você passou esse tempo todo como editor chefe, chefe de redação?

Isso, é... como é uma estrutura pequena eu tava como chefe de redação, mas daquele jeito: a gente joga em todas né?! Pauta, edita, faz post pras redes, escreve também, porque escrever é o mais legal né (risos) fazer reportagem também, enfim, tava jogando em todas, mas o geral era coordenar o dia a dia da redação mesmo.

Já que você falou sobre isso: como é que o jornal se organiza de modo geral?

Olha, cê tem a hierarquia, vamos colocar assim: cê tem a Rosiane que é a nossa chefe né, nossa CEO, digamos assim; e, óbvio que as coisas delas são muito tabeladas com o Rogerio, mas eu respondia a ela né? E isso sempre ficou claro. A ideia era liberar o Rogerio pra ser o nosso... o nosso craque né, o nosso camisa 10 do time, é a pessoa que... eu tinha que assumir as tarefas do dia a dia pra ele não se sobrecarregar dessas coisas menores e aí deixar de escrever. Então a ideia era essa, sabe? Eu respondia a Rosiane, e aí a gente tinha as meninas da reportagem, todas mulheres, a gente fazia uma reunião diária, aquela reunião de pauta 13h30, geralmente eu tentava, a gente começava a trabalhar a tarde só né, como é uma equipe pequena, de manhã eu trabalhava um pouco, adiantava alguma coisa, colocava alguma coisa no ar pra girar a capa. Eu gostava de girar manchete ali pelo menos duas/três vezes por dia, esse era o ideal. E mudar todas as matérias da capa. Com exceção de uma ou outra que às vezes a gente não tivesse fôlego de fazer ou que às vezes a importância da matéria justificasse passar mais de um dia na capa. E aí dessa reunião eu tentava sair com algo já planejado né, sempre ter alguns tiros mais curtos, matérias mais simples pra gente publicar no dia, e sempre ter também nossas apostas, aquelas coisas em que a gente falava “não, isso aqui a gente vai tirar um tempo, isso é nosso, isso a gente quer olhar” e aí a gente trabalhava com mais tempo, às vezes alguns dias, semanas, meses. Dependia o projeto né.

E como vocês escolhiam a pauta que virava algo que seria mais trabalhado?

Aí eu acho que é uma série de fatores assim... uma é a “vai render? Isso é bom?”, aí tem uma... essa coisa do valor notícia é muito engraçado assim né, é muita coisa de *feeling*, de *feeling* mas também ligado ao nosso jeito de ver o mundo né. Esse jeito *Plural*, esse jeito diverso, esse jeito que acredita na educação, na cultura, nas diversidades né, na ciência, quer dizer... diante desse jeito de olhar pro mundo, olhando pros grandes problemas do mundo, do mundo ou da cidade né especificamente, o que que se destaca né?

Então a gente fez por exemplo, dessas maiores assim, a gente fez bastante coisa de pandemia.... É.... Vacinação, teve aquela série da Rosiane de pegar o pessoal da Unimed furando fila da vacina, todos os funcionários da Unimed que eram às vezes funcionários do administrativo sendo vacinados como funcionários da saúde. Teve a questão do... que foi um projeto, não foi bem uma reportagem, que é o Mercado Bolsocaró, que é mostrar quanto exatamente a gente tá pagando mais caro em cada um dos produtos que tão na cesta do supermercado. *[trecho nome omitido para preservar a identidade da repórter]*.

Então são coisas que juntam assim, ameaças a saúde, ameaças a liberdade, o acesso que a gente tem a fontes, o acesso que a gente tem a documentos... muito também de afinidade e interesse do repórter. *[trecho omitido para preservar a identidade da repórter]*. E às vezes coisas mais mezinhas assim que deram certo, por exemplo, na época das olimpíadas que o skate tava bombando, por causa da fadinha e tal... Curitiba sempre teve uma história com skate muito bacana, muito do skate passou por aqui né, grandes skatistas saíram de Curitiba, a cidade sempre teve essa cultura do skate... e aí a gente fez uma matéria contando a história do skate em Curitiba que foi muito legal assim. Deu bastante leitura. *[trecho omitido para preservar a identidade da repórter]*. Deu bastante leitura e o *Plural* tem essa ideia de comunidade, né. Que foram as pessoas se comovendo muito com aquilo, as pessoas vindo atrás “ah, puts, esqueceu de contar daquela pista” ou “ah, tinha aquela outra galera que andava também lá no Cristo Rei que não entrou nessa matéria” então assim, mobilizou as pessoas e isso foi bem bacana. Eu acho que pra essa pegada do local, quando as pessoas vêm no nosso site a cidade que elas moram, que elas tem afeto por essa cidade, é muito bacana.

[Queda de internet e reestabelecimento da conexão]

Eu tava identificando aí na tua resposta que é meio que uma linha editorial do *Plural*, uma característica do que vocês querem fazer mesmo como jornal. Como essas

características são passadas aos repórteres? Elas são passadas ou é quase de modo orgânico, digamos assim?

Eu acho que é de modo mais orgânico, viu. É... eu acho que tem muito assim das conversas, da informalidade, da gente saber quais são as coisas que a gente acredita, é... tem uma tendência de relacionar o *Plural* como um veículo de esquerda que é algo que a gente não quer que prospere, não é algo que a gente investe e não é algo que a gente quer. A gente quer ser visto assim... pelo menos até, aí acho que o Rogerio e a Rosiane podem falar com mais propriedade... mas como jornalismo, né? Como jornalismo que toma o lado dos direitos humanos, da diversidade, da ciência, dessas coisas. Por motivos, por circunstâncias políticas, defender isso hoje em dia te confunde com alguém de esquerda. Mas não necessariamente, sabe? É jornalismo com esses valores, e não olhando pra isso porque é um jornal de esquerda nem nada, é porque agora são esses valores que tã sob ataque da direita então, acho que muito por isso associa-se muito o *Plural* como um jornal de esquerda.

Você é de Curitiba né, então eu queria que você falasse um pouco sobre a posição que o Plural ocupa no mercado jornalístico local. Como você identifica isso?

Eu acho que assim, Curitiba vem sofrendo há um bom tempo já com o fechamento das redações. É uma cidade que não conseguiu manter um jornal e eu trato hoje em dia como uma cidade que não tem um jornal local. Eu não consigo mais tratar a *Gazeta* como sendo um jornal local. Eles não são mais. Eles não querem ser, eles dizem isso. A opção deles é ser um jornal ideológico de direita e nacional. Um jornal que quase não olha pra cidade mais, né? Tanto que passaram... aí a gente tem outros. Não é que não tem um jornal local, não é isso que... é injusto com o *Bem Paraná*, com a *Tribuna*, quer dizer, esses jornais ainda existem. Mas é uma cidade que vem perdendo, as redações vieram diminuindo, a cidade ficou cada vez menos sob o olhar dos jornalistas, assim, tem pouco jornalista olhando pra câmara municipal, tem pouco jornalista olhando pra prefeitura. A cidade não tá... muita coisa passa despercebida.

E eu acho que o *Plural* é fundamental pra isso. Eu acho que são nove... oito, nove bilhões de orçamento municipal, três milhões de pessoas orbitando aqui em Curitiba e região e você não ter um veículo que seja um veículo comprometido com isso que eu te falei na cidade era um problema. É um problema. Eu acho que a liberdade que a gente tem de não depender de nenhum grupo político, a liberdade que a gente tem de não depender de

nenhuma, de não estar preso a nenhuma ideologia religiosa ou algo que valha, como têm outros jornais, a *Gazeta* especificamente, eu acho que é fundamental. Eu acho que tinha um público carente disso e têm assuntos que tavam precisando desse tipo de olhar. A gente não pode deixar os amigos do Ratinho falando sozinho né, por exemplo. Porque é um grande problema essa mistura que tem de elite política com elite de mídia aqui. O cara é dono da principal, uma puta de uma rede de comunicação de TV, site, internet. Tem boas relações com o Grupo Malucelli, que é o dono da outra parte do grupo, das empresas de mídia aqui. Então a gente tava com um olhar muito parecido né? Todo mundo se apoiando. É quase que um acordo assim. Faltava algum veículo que pudesse, de uma posição independente e crítica, cobrir os assuntos locais.

E de modo geral e mais amplo, como você enxerga o jornalismo hoje?

Cara, eu sou sempre, eu costumo ser otimista sempre nas coisas, né?! Eu acho que a gente têm feito, pensando de modo geral não só local mas também nacional. A gente tá voltando a valorizar o poder da informação, o poder do jornalismo. Pelo desastre em que a desinformação nos meteu, né?! Eu acho que o poder da desinformação nos deu a medida do poder da boa informação. Eu acho que as coisas horríveis que estão acontecendo no país, e muitas delas fruto de desinformação, e fruto de campanhas de desinformação né? Não é uma desinformação inocente, não é uma ignorância. É uma desinformação planejada. E eu acho que isso nos fez ver como é fundamental que você tenha práticas que garantam uma mínima... um jornalismo minimamente institucionalizado, não no sentido de “ah, jornalismo de jornalão velho” não é isso, mas institucionalizado no sentido de seguir, de apurar, de ter algum compromisso com a verdade, que não seja um compromisso pra chegar onde você quer chegar só. Então eu acho que a gente tá voltando a ver o poder que o jornalismo tem.

Eu acho que isso coincide com um momento que, falando especificamente do governo federal, as maiores, boa parte do que se tem revelado de podres e coisas ruins do governo vêm do jornalismo. A gente passou muito tempo em que o jornalismo era refém do Ministério Público e do judiciário, em que assim basicamente a gente já não apurava mais, o que a gente fazia era conseguir vazamentos de Ministério Público e da justiça. E com a lava-jato e com a vaza-jato eu acho que a gente, se não aprendeu, pelo menos tá sendo forçado a refletir se esse tipo de jornalismo faz sentido. Eu acho que não, eu acho que a gente tem que ter a nossa autonomia, a nossa independência. É claro que vazamentos de Ministério Público e tal, são importantes, é fundamental, sempre existiu e vão continuar existindo. Mas tem aquela

pesquisa, eu esqueci o nome do cara... é Solano alguma coisa, que mostra exatamente isso assim, olhando pras capas de revistas semanais. Como as matérias, grandes matérias investigativas, deixaram de ser apuração própria do jornalismo e passaram a ser vazamentos de fragmentos de apurações judiciais. E agora eu acho que não, eu acho que a gente entendeu que a gente não pode contar exclusivamente com isso.

E aí eu acho que a gente tem feito coisas muito bacanas. Eu acho que os grandes jornais têm feito coisas que têm tido resultado. Por exemplo, vamos pensar agora especificamente no orçamento secreto, que tá aí que é coisa do, tá todo mundo discutindo essa partilha do orçamento secreto, pô, quem revelou foi o *Estadão*, Bruno Pires, que começou a revelar isso lá. Então assim, são coisas que, não to dizendo que a gente não fazia mais, mas acho que agora a gente tá dando o devido valor a essas apurações nossas e essas apurações que não são tão dependentes de outros órgãos.

E, aí fica uma pergunta quase subjetiva, mas o que é o jornalismo para você? Como você definiria o jornalismo?

Eu sou menos romântico assim nessa coisa. Pra mim é essa função de trazer à luz, de trazer ao debate, assuntos que no fim das contas vão determinar o modo como a gente vive. Então é meio que... sempre vai existir... Eu falo muito do ponto de vista da política porque minha formação no jornalismo foi toda política né, no *Plural* que eu tive que sair um pouco mais, trabalhar um pouco de cultura, trabalhar um pouco de... então quando eu falo eu falo mais de político, eu não consigo, não consegui ainda olhar para esse jornalismo de serviços e tal, que também tem uma função muito grande, de cultura, que também é muito importante mas não é muito a minha praia. A minha praia mais é política. E aí desse ponto é: sempre vai ter algum interesse em que algumas informações não venham a público ou que não venham a público de determinada maneira. E eu acho que o jornalismo é o ofício de trazer a público essas informações, de contextualizar essas informações, de dizer por que que elas são importantes.

Por exemplo, essa pra mim que é, sei lá, eu acho que é a maior série jornalística aí dos últimos tempos é essa aí do orçamentos secretos. Que o cara descobriu que eles tavam fazendo as coisas, destinando recursos de um jeito secreto, e isso na verdade tava sendo ponto comum de organização da política brasileira. A política brasileira tava se organizando em torno disso. Então todas as grandes decisões do país tão se dando em torno do orçamento que a gente não consegue saber como tá sendo gasto. E um orçamento que concentra excessivo

poder na mão do presidente da câmara e na articulação que ele faz com o Palácio do Planalto. E a gente tava analisando a política do país sem saber disso. A gente sabe... “ah, o centrão tem poder, o Lira tem poder”, mas esse cara conseguiu dizer qual é o poder, de onde vem o poder, quanto custa esse poder. E isso foi o jornalismo que fez. Então eu acho que é basicamente, pra mim, é isso. É botar no debate coisas que as pessoas não querem que venham pro debate, ou contextualizar coisas que estão no debate, ou apresentar enfim...

Não é uma definição muito acadêmica, mas é essa definição da labuta, do dia a dia assim. Quando eu acordo, eu ligo o computador “O que que eu vou fazer?”, assim. Pensando num jeito maior: o que que eu faço, né? Se eu fosse um médico “ah, eu salvo vidas”. O que que eu faço? Eu tento trazer a público assuntos que não são públicos.

Certo. E na tua fala eu identifico que você parece ver que a reportagem tem ganhado força no jornalismo de modo geral. As investigações etc. E aí eu queria que você falasse sobre o lugar que a reportagem ocupa no Plural pra você. Como ela aparece?

Um pouco antes do *Plural* assim. A reportagem é um tesão, é óbvio, é o que todo mundo quer fazer, é o que todo mundo gosta, é o filé mignon, é o suprassumo do jornalismo, mas é uma coisa difícil pra caralho do ponto de vista de grana, de acesso. Série de reportagem tesão não dá leitura nenhuma. Cê faz uma matéria às vezes de 10 ou 15 minutos. Uma materinha besta, que tem um *insight* bom e um título bom, você vai ter o triplo de leitura que aquilo. Então assim, primeiro: a gente tem que se... a reportagem cabe num veículo que não se pauta exclusivamente pela audiência. É muito difícil a reportagem converter... só com reportagem, converter toda a audiência. Veja o *Intercept*, por exemplo, antes da vaza-jato passou um bom tempo pensando e fazendo coisas maravilhosas, fazendo coisas que não repercutiam tanto, que tinham baixa audiência, que eram restritas. Aí óbvio, quando chegou a vaza-jato os caras tavam preparados, tavam fazendo isso há um tempão e tal.

Mas eu digo, a reportagem é um pouco ingrata do ponto de vista de quem tá fazendo a gestão de uma redação. Porque ela toma muito tempo, ela toma muito dinheiro, e ela dá pouco retorno imediato, que seria o retorno de audiência. Que audiência é grana, né?! Quando a gente fala de audiência a gente fala de grana. Ou porque você vai ganhar dinheiro de *AdSense* ou porque você vai vender métricas lá na frente pro teu anunciante dizendo “olha, a gente tem tantas pessoas lendo o site”, então audiência é grana.

Então a reportagem ela precisa de um olhar sensível de alguém que acredita no jornalismo pra entender que ela traz outros ativos praquela portal que não são tão imediatos,

mas que são muito mais à ver. E o *Plural* tem essa capacidade de olhar pra isso e de entender que a reportagem traz pra gente, olhando de um jeito mais comercial, traz pra gente um reforço de marca muito grande, o que faz isso é a reportagem: o que dá marca, o que dá credibilidade, o que bota o site na boca das pessoas na ruas são grandes reportagens. Não necessariamente grandes, mas são reportagens. Pode ser aquela reportagem de uma tarde, mas pode ser o fato do cara que não comprou só aquele *release* da prefeitura. Ele pegou aquele *release* e foi atrás, e fez alguma coisa e resolveu numa tarde que seja, mas é isso que faz. É isso que dá valor ao jornalismo, é isso que dá... isso que faz sentido na profissão. Isso olhando de um jeito mercadológico.

Olhando de um jeito assim... “temos o compromisso com a verdade, o compromisso com esses valores”, de onde a gente... como a gente consegue provar esse compromisso? Como a gente consegue exercer esse compromisso? É na reportagem. É o fato de alguém dizer, um chefe dizer “olha, tudo bem, hoje a gente poderia tá escrevendo sobre o tema X que vai dar audiência fácil pra caralho, mas a gente tem noção de que é mais importante diante dos valores que circundam assim, que emolduram o jeito que a gente olha pro mundo, é mais importante a gente investir um tempo nisso aqui, que pode ser que não nos dê tanto retorno imediato, mas é por isso que a gente tá aqui, é por isso que a gente vive, é pra isso que a gente tá tentando manter esse site funcionando”, então o *Plural* tem essa... tem esse espaço.

É claro, a equipe é pequena, então você não vai ter isso no volume que você quer. Não é uma coisa que cê pode fazer todo dia. Tem dias que eu vou precisar pedir pra você duas ou três pautinhas chatas do dia. A gente tem que tentar compor uma cesta né. A gente precisa publicar, a gente precisa girar o site, pra ter um mínimo de acesso, e eu não to dizendo que o *Plural* tem condições de fechar os olhos pra audiência, não tem. Acho que ninguém tem condições, até porque ninguém quer escrever pra não ser lido. A gente quer ser lido. Então a gente tem que manter uma audiência entrando no site todos os dias. A gente não pode deixar que isso nos aprisione ou que isso determine sobre o que a gente vai falar.

Então um dos jeitos que eu gosto de trabalhar é fazer uma cesta assim “ah, tudo bem, a [nome omitido para preservar a identidade da repórter] tá trabalhando numa reportagem longa pra terça-feira da semana que vem, então vamos liberar a [nome omitido para preservar a identidade da repórter] hoje. [nome omitido para preservar a identidade da repórter], venha aqui hoje, cê me ajuda com umas coisinhas do dia que a gente vai ter que manter o site rodando enquanto tal pessoa tá fazendo isso”. Ou então “não, tudo bem, cê me prometeu uma pauta bacana pra daqui 4 ou 5 dias, então bora lá, toca essa, mas será que cê não consegue me entregar só uma notinha antes dela? Eu não vou te tomar o tempo todo”, então a gente vai

negociando, pra tentar fazer. Mas é um lugar que ainda isso é possível. A gente tem... a gente trabalha com agilidade, mas não é aquela coisa desesperada assim, a gente pode soltar... por exemplo, a nossa matéria do garoto que foi morto pela Guarda Municipal no Largo da Ordem aqui em Curitiba. Um Guarda Municipal deu um tiro nas costas do cara. Todo mundo deu antes que nós. A gente deu um dia depois a matéria. Mas a nossa matéria estourou, porque ela tinha... as duas matérias que a gente fez sobre esse caso estouraram porque tinham revelações muito boas. Uma revelação pessoal, assim, de quem era aquele moleque assassinado, né de contar que tava com a namorada, que ele tinha, ele tava indo comemorar que ele tinha conseguido passar na prova do Detran e tava tirando a CNH, quer dizer, mostrar quem era o garoto que tomou um tiro nas costas da Guarda Municipal. E a outra parte, que foi uns documentos que a [nome omitido para preservar a identidade da repórter] conseguiu, essa matéria mais pessoal foi da [nome omitido para preservar a identidade da repórter], e a outra foi da [nome omitido para preservar a identidade da repórter], que é uma matéria que mostrava que eles mentiram no... eles tiveram que refazer o BO. Eles fizeram um BO. A guarda fez um BO na Polícia Militar e depois teve que refazer, teve que editar, e eles mudaram a versão de um jeito muito grave. Então assim, saiu depois? Saiu. Mas não saiu com *release*, saiu com a apuração que a gente tinha que ter dado e que fez toda a diferença. Então a gente entrou um pouco atrasado, mas a gente entrou com mais qualidade. Isso é uma coisa que a gente tem feito também.

Não adianta a gente tentar competir com quem tem gente fazendo plantão todo fim de semana, com quem tem gente entrando às 6h da manhã e outra turma saindo às 22h da noite. A gente vai ser sempre mais... um pouco mais lento do que eles. Então a gente tem que competir de outro jeito, que é entrar com o nosso olhar. Entrar com o nosso olhar assim, mais crítico, duvidar um pouco das coisas, contar um pouco com a nossa experiência, com a moral do Rogerio e tal, pra ter acesso a fontes que vão nos dizer outras coisas que não o que esses veículos tão repercutindo.

E se você for olhar pra esse cenário local, com quem você considera que o Plural tá competindo?

É muito... puts... eu acho, cara. Competindo... Eu tenho dificuldade em te responder isso, eu não sei dizer. É, eu acho que assim, em certa medida, nessas coisas de *hard news* um pouco que a gente faz, a gente compete sim com *Tribuna*, compete com a *Band News*, compete com *CBN*, compete com *Bem Paraná*. Não coloco a *Gazeta* como alguém que

compete com a gente, porque eu acho que quem nos lê odeia a *Gazeta* e quem odeia a *Gazeta* nos lê. Não, enfim... Quem nos lê odeia a *Gazeta* e quem lê a *Gazeta* nos odeia [risos]. Então eu acho que não é uma disputa por público aí, não há uma competição por público. Há uma competição de discurso né, eu acho que é uma competição narrativa, uma competição de como olhamos para os mesmos fatos, para a mesma cidade. Aí uma disputa, mas não uma disputa comercial. Eu acho que ficaria com esses que eu te falei. E aí tem outros que fazer coisas, mas que eu vejo como potenciais parceiros assim, por exemplo, aquela *newsletter O Expresso*, que é da Estelita, que era correspondente da *Folha* aqui em Curitiba, são coisas que eu acho que eventualmente agregariam muito e que é de gente parceira, que é de gente amiga né, que a gente poderia trabalhar junto.

E dentro da equipe do Plural, você consegue identificar que tem pessoas que trabalham mais com reportagem?

Eu acho que é meio geral. Eu acho que as pessoas já chegam ali com essa vontade, sabendo que é um lugar que dá pra fazer isso. Eu acho que o que muda um pouco são os temas. É, por exemplo, a [nome omitido para preservar a identidade da repórter] gosta... acompanha muito educação, escolas cívico-militares, ela faz... ela tem uma visão um pouco mais institucional de jornalismo. Ela olha mais pras instituições, ela gosta de cobrir assembleia, ela gosta de cobrir governo, secretarias, ela fez uma série de reportagens lá que pegou um desvio, ela conseguiu pegar um desvio numa secretaria de grana. Então ela tem essa visão. A [nome omitido para preservar a identidade da repórter] tem uma visão assim mais, pós-moderna eu acho que, de olhar mais pras questões individuais, religiosidade, gênero, liberdades assim, esse tipo de coisa, mas também com a pegada de reportagem. A [nome omitido para preservar a identidade da repórter] tem uma visão, ela gosta muito de escrever sobre questões indígenas. Então assim, eu acho que cada uma, todas elas gostam e têm é... têm essa verve da reportagem, mas cada uma olhando pros seus maiores interesses. Claro que se eu pautar uma reportagem sobre outro assunto, elas vão virar. A gente não fica refém também dos gostos do repórter, mas elas vão virar com muito mais facilidade reportagens sobre os assuntos que elas gostam porque já têm leitura, já têm fontes, já acompanham, sabe o que é. Né?! Tem muito...

Você quer acrescentar mais alguma coisa? Da minha parte é isso!

Não, acho que é isso também da minha. E, bom, sigo à disposição, Lucas. Qualquer coisa que cê precisar, tô aí!

[Agradecimento e despedida]

ROGERIO GALINDO – SÓCIO-FUNDADOR

Entrevista realizada no dia 04/01/2022.

Querida primeiro que você se apresentasse, fale teu nome, idade e profissão.

Rogério Galindo, 46 anos. Jornalista, um dos fundadores do Plural.

Você pode falar um pouco sobre a tua carreira como jornalista antes mesmo do Plural?

Eu me formei em comunicação na Federal, na época o curso era de comunicação, né. Eu formei em duas habilitações, primeiro publicidade, depois jornalismo. Aí logo em seguida, me formei em 1999, aí logo em seguida, no começo de 2000 eu entrei na *Gazeta do Povo*, fiquei lá por 18 anos. Cobri várias coisas, política, cidades, dois anos no caderno de cultura, fui editor, e a maior parte do tempo trabalhei com cobertura de política tanto com reportagem quanto com um blog que chamava Caixa Zero, que hoje existe essa seção dentro do *Plural*. Saí da *Gazeta* em 2018, fui demitido em novembro de 2018 e aí a gente, a Rosiane, o Benett e eu, decidimos abrir o Plural, que começou a funcionar, entrou no ar em 14 de janeiro de 2019, portanto está fazendo três anos agora.

E como foi a tua experiência como repórter na Gazeta do Povo e com o Caixa Zero?

Aa... assim... aprendi muita coisa né? Eu entrei lá como foca, comecei... a primeira vez que eu fui na Assembleia eu não sabia nem o que que tava acontecendo. E tive oportunidade de cobrir acho que 3 ou 4 governadores, 3 ou 4 prefeitos, várias eleições, tanto municipais quanto estaduais, foi uma experiência rica. Bastante tempo e aprendi com vários editores muito bons que eu tive lá, colegas de reportagem muito bons. Então foi a escola que eu tive assim né, tanto de cobertura política quanto de jornalismo em geral né.

Você pode falar um pouco sobre a história do Plural? Como se deu o surgimento dele, como se deram as combinações entre você, Rosiane e Benett...

A ideia de um jornal próprio já tava na cabeça da Rosiane fazia algum tempo. Ela tinha ido, a Rosiane sempre continuou estudando depois da faculdade, e ela foi, primeiro ela

conseguiu passar numa vaga bem difícil que era pra ser estagiária no Washington Post, *fellow* na verdade que eles chamam né, e ela ficou três semanas lá. E aí ela viu o quanto o jornalismo de lá era interessante e foi mais dois anos seguidos pra fazer cursos lá em Boston e... enfim. E daí acabou... e acabou trazendo de lá essa ideia de fazer um jornal local, inspirado em coisas que ela viu por lá. Só que a gente nunca tinha tido a oportunidade né, de botar isso em prática. Era uma ideia que tava na cabeça dela, ela falava comigo, eu achava a ideia interessante, mas a gente nunca tinha tido a oportunidade de fazer isso.

Aí quando eu fui demitido da *Gazeta*, a Rosiane na hora já pensou nessa possibilidade, mas a gente não tinha grana, aí a gente pensou como que podia fazer isso, surgiu a ideia de fazer um Catarse, fazer uma arrecadação coletiva, né? Só que na época, foi bem quando eles começaram a fazer aqueles pagamentos recorrentes, então a gente pensou “ah, vamos vender assinaturas” e começou a funcionar. Começou a funcionar.

Aí a gente chamou o Benett porque a gente precisava de alguém da parte gráfica, e não tem ninguém melhor do que ele pra isso, e ele topou na hora, foi parceiro desde o começo. No começo também tinha mais duas pessoas que ajudaram, que foram o [nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa] e a [nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa], que é um casal de publicitários aqui. Eles nunca foram nossos sócios, mas eles decidiram apostar no projeto e ficaram uns meses com a gente, meio de incubadora né [risos] e deram uma força, foi bacana.

E... o principal, talvez, foi porque... tinha uma demanda né?! Como alguns outros jornais foram falindo, fechando, diminuindo... as pessoas precisavam de um jornal da cidade, jornal local, jornalismo local. A *Gazeta do Povo* tinha decidido – que é o maior jornal da cidade né – tinha decidido nacionalizar e deixar a cobertura local de lado, o *Estadinho* faliu... enfim, tinha uma série de fatos que tinham deixado o jornalismo local meio descoberto assim. E, principalmente, com uma visão meio diferente assim né... a coisa tava radicalizando muito pra direita e a gente achou que precisava de uma visão um pouco nova. E daí surgiu o nome *Plural*. Não que a gente quisesse fazer um jornal oposto à *Gazeta*, mas um jornal que tivesse uma visão mais pluralista das coisas, que desse mais oportunidade para que vozes diferentes aparecessem e tal, e daí que surgiu a nossa linha editorial: por um lado local, independente, e por outro lado um jornal que tivesse essa capacidade de ouvir vozes diferentes e que não fosse, que não botasse a ideologia na frente dos fatos. Mas que botasse pessoas de diversas origens, diversas crenças, diversas... enfim, experiências de vida diferentes, para conversar sobre a cidade, né? Aí que surgiu. E estreou em 14 de janeiro, e no começo éramos só nós três mesmo produzindo, né? Hoje cresceu bastante, hoje nós estamos, esse mês que vem a gente

deve chegar a vinte pessoas.

A gente vai conversar um pouco mais sobre a linha editorial, a equipe e tudo mais... mas eu queria que você falasse como você enxerga essa relação entre a tua saída da Gazeta, o trabalho que você realizava lá, principalmente no Caixa Zero, e o trabalho que é feito pelo Plural.

Eu sempre gostei muito de trabalhar na *Gazeta* assim, apesar de que a linha editorial do jornal não coincidia necessariamente com o que eu penso, né... mas isso eu acho que é uma coisa natural, faz parte justamente da ideia de pluralidade que nem todo mundo pense igual e beleza. Sempre foi um jornal conservador e eu não me considero uma pessoa conservadora, mas sempre houve um respeito, sempre houve uma liberdade para que eu fizesse aquilo em que acreditava.

Mas, a partir de 2016, principalmente, com a mudança societária e com a mudança de direção de redação, a orientação passou a ser outra e eles deram uma guinada bem forte, ideológica, e que aí sim ficou numa distância tão grande do que eu acreditava que a coisa passou a ser complicada. Aí me levou a bater boca várias vezes com chefia, com direção de redação e foi isso que levou à minha demissão né. Então, no fundo, a minha demissão tá ligada a um processo de radicalização ideológica do jornal. E isso foi um dos gatilhos que levou a gente a pensar que precisava fazer um jornal que não fosse assim, que não fosse radicalizado, que não fosse, enfim, como eu te falei né, que não botasse a ideologia na frente dos fatos, tal, então isso é uma ligação.

E a outra ligação que eu vejo entre as duas coisas é que facilitou o fato de eu ter tido uma vitrine né, durante tanto tempo assim, então a *Gazeta do Povo* é o jornal mais acessado da cidade, do estado, e no final agora quando eu saí de lá já era um dos mais acessados do país, então o fato de eu ter tido a possibilidade de escrever lá e, ainda mais, textos autorais né, como são no blog, deu muita visibilidade e, quando eu saí de lá, teve muita gente que veio junto pro Plural, por acreditar naquele projeto que tava meio embrionário ali, sabendo que a gente ia levar aquilo um pouco adiante, acho que foi um facilitador.

Então você sente que alguma parte desse capital simbólico, digamos assim, essa credibilidade que você construiu se transfere também pro Plural?

Ah, sim, sim. Acho que se não fosse aquilo... na verdade o capital que nós três

construímos ao longo do tempo né. O Benett com o trabalho dele, eu com o meu e a Rosiane também que, não tava em redação naquele momento, mas tava na universidade e tinha centenas de alunos que passaram por ela ao longo do tempo, que conheceram o trabalho dela, tanto de repórter quanto de professora, então a gente tinha um trabalho já. Nós três temos mais ou menos a mesma idade, a Rosiane é mais nova, mas a gente tinha, sei lá, 15/20 anos cada um de carreira ali naquele momento e isso conta, né? Assim as pessoas conheciam e levavam a sério. Talvez se a gente tivesse chegado de paraquedas ia ser mais complicado.

Fale um pouco sobre a função que você desempenha no Jornal Plural.

No começo, foi mudando bastante, no começo... acho que travou né?

Você tá travado...

Travou um pouquinho?

Agora voltou!

Voltou, né?! Mudou bastante desde o começo, né. Quando a gente começou a trabalhar os três aqui, era todo mundo meio que dividindo as tarefas meio que igualmente. A gente não tinha muito uma divisão por cargos, era uma coisa meio, até a gente brincava que era meio a Holanda de 74, sabe? A laranja mecânica, todo mundo dá uma força aqui, aí depois vai pra lá, corre pra aqui. Lógico que sempre tinha algumas coisas que algumas pessoas faziam melhor do que outras né.

Por exemplo, a Rosiane sempre foi a responsável pela parte técnica, de informática aqui porque a gente não tinha a menor noção, então ela... ela cuidava disso. Depois a gente foi tentando dividir melhor as tarefas. Até que no segundo semestre do ano passado a gente chegou a uma conclusão que já tava meio óbvia naquele momento, que a Rosiane deveria ser a cabeça mesmo do jornal, a gente fala CEO, mas é quase que com uma certa, né... como é que eu vou dizer?! [risos] O termo eu não sei se aplica, mas enfim né. Mas ela é a chefe do Plural aqui, ela é a presidente, como você quiser. E daí a gente dividiu mais direitinho essas funções. O Benett é responsável pela parte gráfica, a Rosiane cuida de toda a parte de gestão, tanto de RH, financeiro, mas principalmente do jornalismo né, que é o que ela entende mais. E eu, na verdade, agora, a minha responsabilidade a partir de agora é cuidar de algumas partes

do conteúdo. Então eu vou ser o responsável pela parte de podcasts, que a gente tá apostando muito, tem crescido bastante aqui dentro, e é uma coisa que eu gosto muito de fazer então eu e o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* somos uma espécie de departamento de podcasts. E eu vou ser responsável pela cobertura de política, especialmente agora nesse ano de eleição, que vai ser puxado. Então não só com blog ou com texto de opinião, mas reportagem, tudo assim, enfim, cobertura de política em geral é um assunto que evidentemente eu tenho mais interesse e que devo ser responsável. E eu ficava também com a parte de cultura, mas agora o editor de cultura deve tá voltando agora mês que vem, então dessa parte eu acho que eu me livro *[risos]*.

Se você puder desenvolver um pouquinho mais sobre essa estrutura organizacional. Quem mais que tá envolvido depois de vocês...

Tá, eu só to vendo que o computador tá fora da tomada aqui e vai acabar a bateria, pere aí. Não sei por que, eu sempre deixo na tomada, mas acho que... ãan... deu certo! Tá.

Assim, o coração da gestão somos nós três, né, a Rosiane principalmente, o Benett e eu em funções que são acessórias ali ao que a Rosiane faz e, agora... ontem! Começou uma pessoa que ajuda na gestão da Rosiane, que é uma assistente mesmo, mas dessa parte, digamos assim, burocrática né. Vai cuidar disso. E, no jornalismo, a pessoa que vai assumir a partir de... amanhã... amanhã né? *[pergunta para a Rosiane, que está atrás dele]* Que o Ricardo assume? *[“é, amanhã”, Rosiane responde no fundo]* A partir de amanhã porque o João Frey tava com a gente mas ele tá saindo. Ele decidiu... ele vinha pra Curitiba e decidiu que não vem mais, então fica complicado ele de Brasília tocar um jornal que é sobre Curitiba. Então ele vai sair e vai ficar o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]*, que já tá com a gente desde o começo na verdade. É um cara que eu conheço há 20 anos, a Rosiane também, e ele vai assumir a gestão do jornalismo, acho que são as duas pessoas que tão em cargos assim que têm a ver mais com gestão. E daí tem uma pessoa responsável pelo comercial, que é o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* que também tem um cargo, digamos, de chefia, embora ele não tenha ninguém com ele, mas é um cara que tem uma liberdade bem grande ali pra trabalhar na área dele sem que a gente, praticamente, interfira. E daí tem o pessoal do jornalismo, enfim, outras coisas, mas a gestão, mais ou menos, é essa.

E como o jornal se organizou desde o começo? Como a pandemia mudou o modo que

vocês se organizavam? Ou não mudou? Eu vi que vocês recentemente inauguraram a nova sede, sede física, de vocês, como funcionava antes?

É, a gente, a gente na verdade teve uma sede durante um tempo, mas era uma sede que a gente usava basicamente pra reunião, enfim, pra coisas eventuais... o Bennett que ficava mais direto ali, até porque era do lado da casa dele ali, então ele ia desenhar lá, porque é mais calmo e tal, mas a gente nunca usou aquilo como uma redação mesmo, dia a dia, então quando veio a pandemia isso não mudou muito porque a gente não tinha já a prática de uma redação presencial, era sempre *home office*. E agora que a gente tá começando com uma redação física, que ainda não é obrigatória, as pessoas podem escolher se vão ficar em remoto ou se vão pra lá, por enquanto ainda tá num esquema mais ou menos assim, até por que tem... nem tem lugar lá ainda pra todo mundo, mas a gente acha que é importante ter uma sede, então isso muda.

No restante, o que a pandemia mudou foi porque, como a gente faz jornalismo basicamente local, e as pessoas tavam precisando de informação local da pandemia, isso deu uma visibilidade muito maior pra gente durante, principalmente no começo quando ainda tava aquela confusão toda de “o que é esse vírus? O que que ele tá fazendo? E o que a gente tem que fazer?” e tal, “onde que as pessoas estão sendo atendidas? Vai morrer gente? Não vai?” etc. Então a gente ganhou uma importância ali e as pessoas começaram a ver mais o *Plural* e a gente ganhou mais relevância. Por um motivo ruim né, mas a gente acha que também teve o mérito de fazer uma cobertura muito intensa e aprofundada, mérito principalmente da Rosiane, que soube fazer isso muito bem, e, de resto, acho que não mudou muito. Muda porque, a gente tava, bem na hora que a gente tava tentando crescer ali e tal e a gente chamou diretor de comercial e tal e tava todo mundo sem grana né, então a gente perdeu assinante porque as pessoas tavam sem grana, sem emprego, foi uma tristeza isso né, em vários sentidos. E anúncio também né, as empresas todas com dificuldade, então foi, economicamente, foi um tempo complicado. Mas agora acho que tá passando, acho que a tendência é melhorar.

Eu sei que você já falou um pouco sobre essa visão plural que o jornal tenta apresentar na sua cobertura, mas eu queria que você desenvolvesse um pouco mais sobre a linha editorial que você identifica no Plural e como essa linha é repassada também para a equipe de reportagem, principalmente, que é quem de fato vai produzir o conteúdo.

É, a gente tem alguns, alguns pilares que a gente considera muito importantes. Um deles é... acho que travou de novo...

Aqui tá normal...

Destravou, né? Tá. Um deles é que a gente cobre local. A gente não abre mão disso. Mesmo assim, aqui do lado, a não ser que seja uma coisa muito importante que vai ter alguma influência aqui a gente prefere centrar em Curitiba, porque a gente acha que precisa de jornalismo local e isso tá meio descoberto ainda, a não ser talvez pelas rádios, pouca gente cobrindo. Então a gente acha que é o nosso papel.

O segundo pilar é independência. Independência no sentido de que a gente não se prende a nenhum grupo político-econômico, nenhum partido político, por mais que alguém tenha tentado rotular a gente em algum momento como ligado a tal grupo, a tal pensamento, a gente não aceita isso e não se prende a isso... Não sei se tá travando aí...

Tua imagem tá travada, agora voltou. Mas eu to te ouvindo o tempo inteiro.

Tá, então, por exemplo, a gente não aceita anúncio e nem recurso de nenhum tipo do poder público, então não tem anúncio da Prefeitura, não tem anúncio do Governo, já procuraram pra gente da Assembleia, por exemplo, a gente não aceita e a gente quer manter uma distância de certas coisas que poderiam levar a gente a perder essa independência, sabe, a gente não quer ser o jornal do fulano, do ciclano, de tal grupo. A gente, de fato, pra ser plural, cê tem que manter uma distância de certos grupos que exigiriam essa, sei lá, esse monopólio da proximidade [riso].

E a terceira coisa é justamente, a gente acha que, especialmente nesse momento em que os direitos humanos, a cidadania, a democracia estão colocadas em risco por um certo discurso de ódio, um certo discurso radicalizado, tanto da própria presidência da república, no congresso e, especialmente, dos meios de comunicação, é nosso papel dar voz pra outros tipos de discurso e pra pessoas que estão, por uma questão de gênero, racial ou, enfim, em situação de vulnerabilidade e precisam tem o direito de falar, direito à voz, direito a se pronunciar e até a se defender em certo sentido do que tá acontecendo. Então a gente faz questão sempre de fazer matérias sobre feminismo, sobre antirracismo, sobre a questão dos indígenas, que esses dias foi bem importante aqui no final do ano em Curitiba, sobre todos esses... homofobia, transfobia e... e também algumas coisas que parecem que não são, mas que também se

encaixam nesse perfil de defesa de coisas que são caras pra pluralidade como, por exemplo, a defesa da universidade pública, né? Quando a gente viu esse governo assumir e radicalizar o discurso contra as universidades, dizendo que era celeiro de comunistas que plantava maconha e produzia metanfetamina e sei lá o que, e começou a cortar verba usando esse discurso, a gente se viu no papel de se ver obrigado a defender a universidade pública, a mostrar que, não, a universidade pública é o centro de excelência da ciência, da produção acadêmica, da produção intelectual do Brasil e que é importante defender, inclusive, a manutenção das verbas e da existência mesmo da universidade que em algum momento se vê colocada em risco.

Então o nosso papel é esse e a gente – você falou de como isso é passado pros repórteres, né? - primeiro que, a gente, lógico, na hora de contratar a gente leva em consideração que a pessoa tenha valores mais ou menos próximos com os nossos, né. A gente não vai contratar alguém aqui que, sei lá, acha que as pessoas trans devem morrer... um homofóbico, um racista... não faria muito sentido. E embora a gente não tenha nenhum tipo, né de... “doutrinação”, tipo “ah, a pessoa vai passar por um campo de reeducação”, nada disso! Mas não faria muito sentido num jornal que se quer plural você chamar uma pessoa que tem um discurso radicalizado contra a pluralidade, né? Então, isso já é uma coisa, e a outra coisa é que, lógico, a gente vai conversando, vai afinando, vai... não tem nenhum curso de como ser um jornalista do *Plural*, mas a gente vai afinando isso no dia a dia, através da prática, das conversas, das reuniões... e, muito bacana, que a gente achou muitos repórteres, muitas pessoas, que tão afim de fazer esse jornalismo. Esse jornalismo que tem sim causas, mas principalmente um jornalismo que tá dedicado a se aprofundar na apuração dos fatos, de ir a fundo na descoberta da cidade e tem sido uma experiência muito legal. A equipe é muito boa e a gente tá muito feliz com isso.

E como você enxerga o lugar que o Plural ocupa hoje no mercado jornalístico local em Curitiba?

Então, cara, a gente tá em busca de uma expansão nesse momento né, expansão não tanto de crescimento interno – que também é importante, a gente tá fazendo – mas a gente acha que o nosso trabalho ainda é menos conhecido do que precisaria ser pros objetivos que a gente tem né e porque que a gente que acha que seria necessário pro debate na cidade, porque a gente vê que existem hoje alguns veículos... eu nunca sei se você tá me vendo ou não, eu acho que eu vou fechar a câmera aqui, talvez seja melhor...

Eu to te ouvindo, só a tua imagem trava às vezes, mas...

É, eu vou fechar a câmera que eu acho que daí vai melhorar aqui.

Beleza!

Peraí, acho que eu cliquei duas vezes, talvez abra de novo. Tá. Melhorou? Tá me ouvindo?

Não sei se você acha que se eu desligar aqui melhora também?

Não não não, acho que é mais aqui!

Beleza.

Mas o que a gente acha é que, tem alguns veículos, alguns grupos fazendo jornalismo local até, mas a gente acha que esse jornalismo tem um certo viés e alguns vícios que impedem que o debate seja mais aprofundado. Isso eu não to falando mal dos colegas nem nada, porque jornalista bom tem em todo lugar. Mas a gente sabe que esses veículos todos tão na mão de duas ou três famílias aí que talvez em alguns assuntos não têm interesse em aprofundar ou que talvez não tenham interesse nessa visão mais pluralizada da cidade. Então a gente acha que o nosso papel é fazer com que esse debate aconteça de forma mais intensa, e pra isso a gente precisa crescer, então pra isso a gente precisa ser mais conhecido.

E as nossas estratégias atuais têm a ver com isso, tanto é que, não sei se você já sabe, mas nesse mês a gente deve começar um programa de rádio numa FM da cidade. Vai chamar, como se fosse a *Rádio Plural*, né, não tem esse nome, mas é por aí. E a gente escolheu pra parceira a *Rádio Clube*, que é uma rádio que não tem o nosso perfil de leitor normal, o nosso leitor típico é um universitário, classe A/B, né... e a *Clube* não, eles tem um público é B e muito C, e a gente quer falar com essas pessoas também, a gente acha que também elas precisam participar desse debate, aliás, talvez principalmente elas precisem participar desse debate, e a gente quer tá lá também, então vamos tentar trazer esse público, vamos tentar crescer, tentar falar com mais gente e levar essa ideia da pluralidade, da defesa da cidade mais plural pra outros veículos, inclusive, mas principalmente pra novas pessoas.

E se você precisasse definir, digamos, quem é a concorrência do Plural em Curitiba hoje?

Cara, são vários veículos e ao mesmo tempo não é nenhum, porque a gente tem... a gente não tem um concorrente tão claro. Se fosse na época em que a *Gazeta do Povo* ainda cobria Curitiba, como cobriu durante muito tempo – e aqui eu não tô falando com nenhum rancor nem nada, mas é uma decisão deles. Eles decidiram que não querem cobrir Curitiba. Eles passaram essa atribuição pra *Tribuna* – então, assim, se fosse naquela época eu acho que seria muito claramente a *Gazeta*, mas não é. Então a *Gazeta* tem alguma coisa de cobertura local? Até tem, mas não é nosso concorrente direto, porque eles tão trabalhando não só com um público muito diferente, que o público deles é um público bolsonarista radicalizado de direita e... não são as pessoas com quem a gente tá falando, basicamente, mas também pela diferença de assuntos. Então a *Tribuna* tá mais perto de ser nossa concorrente hoje do que a *Gazeta*. Dos jornais – é difícil dizer impresso hoje em dia, porque eles não são mais impressos – mas dos jornais de origem impressa, a *Tribuna* e o *Bem Paraná* são os que restaram e que têm um papel mais semelhante ao nosso. O *Bem Paraná*, inclusive, eu passei a levar mais a sério e admirar mais depois que a gente começou a fazer o *Plural* porque eu vi que eles fazem coisas mais bacanas do que eu imaginava até.

E eu acho que as rádios, acho que tanto a *CBN* quanto a *Band News* fazem um papel importante de cobertura local, embora eu tenha lá minhas críticas, e não sei se é o caso de falar disso aqui agora, eles também devem ter críticas a nós, é normal, mas eu acho que eles têm um papel importante de discussão da cidade e que não é nem um pouco desprezível. Acho que é... talvez a *Band News* hoje, dos concorrentes que a gente tem, é o que eu acho que faz o melhor jornalismo local.

Eu acho que transparece um pouco, quando você falou já da política editorial do Plural, mas eu queria que você falasse um pouco mais sobre como a pauta do Plural é decidida. Quais pontos são levados em conta quando vocês vão escolher uma pauta e decidir se deve ser publicado ou não?

Bom, primeiro, você acompanhou as reuniões ali né. Você viu que a pauta surge muito dos repórteres, né? Não é o mais comum que ela venha de cima pra baixo, né. A gente não tenta impôr uma pauta, uma agenda... a gente que eu digo nós que estamos na gestão. Embora

não seja exatamente uma cooperativa, como é por exemplo o *H2Foz*, que é um jornal que tem esse perfil mais de todo mundo sem nível hierárquico, a gente não tem esse formato, mas a gente também não tenta impôr ou forçar ou determinar a pauta. A gente gosta mais que os próprios repórteres se pautem e digam o que que tá acontecendo na cidade, o que que eles tão vendo... Lógico, às vezes a gente também tem ideia, sugere, faz parte. Então isso é uma coisa: a gente quer ser plural também na origem das pautas. A segunda coisa é que a gente tem essas causas que a gente acha que são importantes e que a gente sempre tá de olho no que tá acontecendo, tanto na questão universitária, no meio ambiente, na cultura, na questão indígena, enfim... tem alguns tópicos que pra gente são muito caros e que a gente tá sempre de olho e a gente acha que é importante que eles estejam presentes.

Mas o principal, se for ver o que que a gente quer fazer em termos de definição de critério de pauta: um é que a gente tem que tentar entender a cidade, então tudo que tiver acontecendo e que a gente ache que for relevante, em princípio é pauta, pode ser pauta; e dois, a gente tem muito claro pra gente que a gente não quer ser redundante, que a gente quer fazer um jornalismo que não seja uma mera repetição do que a concorrência, do que os colegas tão fazendo. Então a gente tenta não dar *release*, a gente não tá muito aí pra entrevista coletiva, pro anúncio do governador... porque, e se você for ver em alguns concorrentes, e agora aqui não quero generalizar nem nada, mas uma porcentagem importante da pauta do jornal vem da agenda externa, do que as assessorias de imprensa, tanto públicas quanto privadas, mandam. E a gente não quer isso, a gente quer que a pauta surja da gente, surja das pessoas que leem o jornal, das pessoas que fazem o jornal, pra gente não ficar fazendo mais do mesmo né? Então a redundância é um risco que a gente tenta evitar.

E agora uma pergunta um pouco mais “geral”, digamos assim...

Eu falo demais, qualquer coisa cê me corta!

Não, pode ficar... fique a vontade! Inclusive se quiser fazer alguma consideração fora das perguntas, também pode ficar...

Não não... beleza!

Eu queria que você falasse um pouco sobre as suas percepções sobre o jornalismo atualmente.

É... Vou fazer parecer que eu li o livro – eu não li, mas eu conheço o começo, então eu vou citar [risos] – o Dickens tem aquele começo famoso da História de Duas Cidades, ele diz que “era o pior dos tempos, era o melhor dos tempos”. E acho que se aplica a quase tudo isso, na verdade (daí talvez a beleza da frase), mas no jornalismo de hoje acho que se aplica muito bem. Porque, em certo sentido a gente vive um período horroroso em que o surgimento da internet trouxe junto com ele certas bestas, no sentido de bestas apocalípticas que fazem coisas inaceitáveis, que praticam uma coisa que eles chamam de jornalismo, mas que eu acho que já até, às vezes, beira o não-jornalismo e até veículos tradicionais, ou convencionais, aderindo a uma prática de *clickbait* e de caça-fácil a notícias que tragam muito público e, principalmente, a adesão a um discurso radicalizado de um lado ou de outro que torna o debate praticamente impossível. Isso tudo marca o período que a gente vive né, não preciso te dizer, acho que a gente vive um período muito turbulento e com muita desinformação paga e muita desinformação não paga que é feita de propósito às vezes, deliberadamente às vezes, mas também às vezes sem querer, porque as pessoas tão no meio desse turbilhão e se perderam.

Mas, ao mesmo tempo, a internet trouxe também a possibilidade de surgimento de novas vozes e que, muitas vezes, tão podendo representar tipos de jornalismo e grupos da sociedade que nem tinham a possibilidade antes de se ver representadas. Então a gente teve uma onda de pequenos veículos, de veículos independentes, de... tanto em rádio quanto em sites, quanto inclusive em meios pouco usuais de redes sociais e tudo mais, que jamais seriam possíveis em outro momento, eu acho. O *Plural* faz parte, na minha opinião, dessa onda, que tá muito bem representada pelo surgimento da *Ajor*, que é uma associação de veículos nativos digitais e que foi criada ano passado e que traz vários desse veículos importantes nesse processo. E então a gente vê a possibilidade de fazer coisas de um jeito barato, que chegam a mais gente e com uma qualidade que talvez não fosse possível em outros momentos, não fosse o advento da internet, se não fossem algumas características tecnológicas do nosso tempo.

Então tem muita coisa ruim, o cenário geral eu acho que é meio apocalíptico, mas ao mesmo tempo houve a brecha pra que surgissem algumas iniciativas muito legais, posso aqui destacar *Intercept*, *Poder360*, *Congresso em Foco*, *O Eco*, coisas que eu realmente admiro, sites, *Nexo*, que são realmente admiráveis e que dão o impulso pra outros projetos que também tão surgindo, inclusive de jornalismo local, como o *Marco Zero*, no Recife, *Sul 21*, em Porto Alegre, a gente, o *H2Foz*, em Foz do Iguaçu, *Amazônia Real*... então, uma série de

projetos que eu acho que são muito bacanas, e a gente se sente meio coirmão desse pessoal, é bacana o clima que tem entre nós.

E que seria o jornalismo pra você? E qual é a função do jornalismo hoje?

Acho que a função do jornalismo hoje é a mesma função do jornalismo em qualquer momento né?! Que é de informar as pessoas sobre o mundo em que elas vivem pra que elas possam saber melhor onde elas estão e poder, com isso, tomar decisões melhores. Isso exige que a gente conheça o mundo, investigue o mundo, isso de uma maneira – na maior medida possível – sem preconceitos e com as melhores ferramentas possíveis, tanto teóricas quanto... como é que eu vou dizer isso... instrumentais. Ferramenta instrumental fica esquisito [riso].

Mas, principalmente, você perguntou o que é jornalismo, eu acho que talvez seja – a gente tem medo hoje em dia de declarações que possam parecer piegas né – mas acho que jornalismo é honestidade intelectual. É você estar realmente disposto a descobrir o que o mundo é, e realmente disposto a contar o que ele é pras pessoas, na medida em que você é capaz de compreender ele. Então isso... e por mais que pareça uma coisa simples, é muito difícil você abrir mão dos seus preconceitos, é muito difícil você estar aberto a ouvir, aberto a entender, porque às vezes dói assim. Às vezes você descobre que o mundo é pior do que você imaginava, ou que ele é muito diferente do que você gostaria que ele fosse, sabe?! Eu to falando aqui de coisas muito banais, às vezes você gosta muito, por exemplo, de uma pessoa, de um grupo, de uma instituição, e você descobre que aquela pessoa tá fazendo coisas horrorosas e você tem que ter a honestidade intelectual de falar isso também, sabe?! E por isso a nossa reafirmação, a nossa insistência em ser independente o tempo todo, porque a gente não pode ficar preso a alguém ou algum grupo, a um partido ou, enfim, o que for, porque a gente já descobriu, assim, nós somos todos adultos e vivemos tempos turbulentos o suficientes pra descobrir que a gente se decepciona com as pessoas, com os grupos, com os partidos. E a gente não quer estar preso a ninguém. A gente quer ter a liberdade de dizer o tempo todo quando as pessoas pisarem na bola, quando elas errarem. E pra isso a gente precisa ter a frieza que só a distância traz.

Você descreveu esse ambiente do jornalismo hoje como um lugar que tem muita coisa boa, mas também tem muita coisa ruim. Eu queria que você tentasse identificar, a partir das suas visões, qual é o lugar que a reportagem jornalística ocupa nesse contexto.

Bom, eu sou um homem velho, né cara? Eu acredito que jornalismo e reportagem são a mesma coisa. Acho que, por mais que tentem mudar isso, a reportagem é o coração do jornalismo e eu acho que ela é o jornalismo. O jornalismo conta com diversas outras possibilidades, né, opinião, hoje em dia outros tantos tipos de comunicação, redes sociais etc., mas nada substitui – e acho que nada vai substituir um dia – a ideia de você apurar uma notícia e redigir ela de uma maneira narrativa pra contar pras pessoas o que tá acontecendo. Reportagem é a essência do jornalismo, é a essência do que eu gosto de fazer e é o que eu pretendo morrer fazendo.

E qual é o espaço da reportagem no Plural?

Total. A gente faz outras coisas, a gente tem crônica, a gente tem conto, a gente tem... tudo que você procurar lá, você vai acabar achando no Plural em algum momento, de formato, em algum momento a gente já fez ou faz ou tá fazendo, pretende fazer... mas o coração do nosso trabalho é reportagem, reportagem, reportagem. É o que a gente... o resto todo existe pra gente poder fazer reportagem. A gente tem um departamento comercial pra poder fazer reportagem. A gente tem a gestão, a burocracia, pra poder permitir a reportagem. A gente tem proximidade, aproximação com o jurídico, pra poder fazer reportagem. Tudo é voltado pra isso, pra gente ter liberdade e possibilidade de poder reportar.

E você acredita que existe algum tipo de dificuldade de fazer reportagem com uma equipe enxuta e orçamento limitado? Porque vocês estão começando.

Sim, é difícil! Agora a gente tá conseguindo aumentar um pouco a equipe, mas é difícil você conseguir cobrir uma cidade de 2 milhões de habitantes, cobrir cultura, política, cidades, gastronomia – que a gente tem também uma editoria de gastronomia – é difícil você fazer tudo isso com pouca gente e exige um esforço de todo mundo às vezes e às vezes a gente não consegue fazer nem perto de tudo que a gente queria. Mas é o preço, né?! A gente tá determinado a fazer isso acontecer então vamos em frente. Às vezes ainda longe do que a gente quer, em algum momento, às vezes mais perto, mas nós vamos chegar lá! A gente é chatinho! A gente vai chegar lá!

Então beleza! Da minha parte seria isso. Você quer fazer alguma consideração?

Eu quero ver se a minha CEO aqui tem alguma correção aqui. [Ela responde algo, não dá pra ouvir]. Ela diz que tá ocupada, então é ótimo que ela não prestou muita atenção daí ela só vai ver quando já tiver lá daí [riso].

[Agradecimento e despedida]

ROSIANE CORREIA DE FREITAS - SÓCIA-FUNDADORA

Parte 1 - Entrevista realizada no dia 12/01/2022.

Primeiro eu queria que você se apresentasse, falasse teu nome completo, idade e profissão.

Meu nome é Rosiane Correia de Freitas, eu tenho 42 anos e eu sou jornalista há 20 anos.

Você pode primeiramente falar sobre a sua carreira como jornalista antes do Plural?

Bom, 20 anos, né?! [risos] Eu sai da faculdade no meio de uma crise, né – essa história de crisa é uma coisa já antiga, né? A gente já tá em crise há muito tempo – eu me formei em 2001, então teve toda aquela bolha da internet bem na época que eu me formei assim, então é uma época em que fechou grandes sites... mas eu entrei, eu trabalhei no portal *Tudo Paraná*, que era o primeiro... segundo portal da *Gazeta*, né, a *Gazeta* tinha tido umas tentativas antes, o *Universo G* e tal, e aí depois eles investiram no *tudoparana.com*, que foi o projeto que eu participei lá. Aí eu trabalhei, em portal também, no *Jornale*, que é um outro portal daqui, que ainda tem, mas com menos força do que tinha na época. E trabalhei na *Folha de Londrina*, que foi a minha experiência mais longa, e daí em 2011 eu fui pra academia, fiquei 9 anos na Universidade Positivo como professora da área digital. E, assim, *freelando*, né, acompanhando essa área e orientando – eu era responsável pelo núcleo de jornalismo investigativo da universidade – então mesmo dentro da universidade, com atividade docente, ainda fiquei com o pezinho ali na reportagem, né, ajudando os alunos a desenvolver esse trabalho. E aí em 2018/2019 eu me juntei ao Rogerio e o Benett pra gente montar o projeto do jornal, eu saí da universidade logo depois e estou nessa desde então [risos].

E qual é a tua função especificamente dentro do Plural?

Eu sou a pessoa que faz a gestão, administração, de todo o jornal e faço... assim, a linha editorial do jornal é muito concepção minha com o Rogerio, né? Então parte da minha função é ser guardiã dessa linha editorial, porque é uma coisa difícil de você... assim, a gente tenta documentar, a gente tá num esforço de documentar o que que é a nossa, sobre o que que

a gente quer escrever, quer falar, mas não é... é uma coisa difícil né, de você estabelecer determinados padrões e você botar no papel, né, o que que é essa linha. Então meu papel é meio que guiar esse processo, sabe?

Eu vou te perguntar um pouco mais sobre isso depois... mas você pode falar um pouco sobre a estrutura organizacional do Plural? Como ele funciona?

Toda a estrutura do *Plural* gira em torno da redação. Acho que a grande diferença da gente pra um jornal tradicional é que – eu trabalhei na *Gazeta*, trabalhei na *Folha* – eu sempre tenho a impressão de que a redação nesses jornais tradicionais ela é um grande problema pra empresa, né, porque ela é custosa e problemática, né, porque gera processo judicial [riso] gera insatisfação de anunciante etc. A gente, na verdade, a nossa concepção é de que o nosso negócio é jornalismo. O nosso negócio não é a publicidade, mas é o jornalismo. É esse jornalismo que faz com que o usuário consuma o nosso espaço e daí, como consequência, a gente tem aí um espaço que é um espaço nobre né. Tem um grande problema de poluição na vinculação de publicidade, então eu tenho uma publicidade que é barata, mas que você tem que gastar muito pra conseguir chamar atenção e mesmo assim é uma atenção muito dispersa né. Então a nossa concepção é que assim, independente do fato da gente ter uma receita lá de comercial, que é relevante, o foco, a questão central do nosso trabalho é jornalístico. Até porque uma parte também importante da nossa receita vem dos assinantes, que justamente pagam pelo conteúdo. Então tudo gira em torno disso.

Então a gente tem a redação, o meu trabalho é manter essa estrutura e investir nela, e aí eu também tenho lá o departamento comercial e temos agora também o departamento audiovisual, que é o que vai trabalhar com conteúdos em vídeo e áudio, podcasts, *YouTube*, esse tipo de coisa. Mas tudo girando em torno disso né, aí o conteúdo que vai pros podcasts ele surge a partir desse núcleo central que é da redação. A gente tem uma chefia de redação, essa chefia de redação que gere toda essa produção de conteúdo e faz todo o... cuida da capa do site, cuida de todos os elementos do site, e aí a partir disso que a gente vai alimentando podcast, vai alimentando *YouTube*, vai alimentando redes sociais. Essa é a estrutura que nós temos. Não sei se respondi a sua pergunta [riso].

Respondeu, aham. E como você considera que a pandemia impactou na organização de vocês?

Olha... a primeira questão é que a gente optou pelo *home office*, né. Por questões econômicas, porque a gente percebeu que seria um custo manter a sede sem a perspectiva de quando que essa sede ia ser utilizada. E tinha a questão de segurança, muito importante pra nós né, até por que nós e várias outras pessoas da equipe, na época, no começo da pandemia, e hoje, têm filho pequeno, convive com pessoa idosa, enfim. Então tem toda uma questão de querer manter a equipe segura, né. Mas por outro lado o nosso trabalho é um trabalho que tem um tempo de produção um pouco mais longo, e aí essa questão... uma questão é você produzir sem sair da redação, ou sem sair de casa no caso do *home office*, mas produzir essa coisa de botar no ar coisas o tempo todo, né. Porque aí você tá recebendo e passando pra frente, recebendo e passando pra frente... outra coisa é você fazer isso sem estar na rua, mas com tempo pra ouvir as pessoas, pra olhar os dados, pra... isso a gente... que é o mais a nossa cara, né. E aí você tem... um dos contras de você ficar em redação em vez de ir pra rua acaba se diluindo um pouco, acaba não sendo tão negativo por conta desse tempo que você tem pra depurar a informação. Então essa foi a primeira questão aí do... do... da pandemia.

A segunda, assim, pra nós a pandemia foi um momento – a pandemia está sendo um momento – de muita curiosidade e muito interesse pelo jornalismo e principalmente pelo jornalismo de qualidade. A gente teve impacto na nossa audiência, a gente teve vários bons momentos, assim a gente teve um... subiu de patamar e teve vários momentos de pico nesses dois anos aí de pandemia, justamente, tanto pela questão do Covid, quanto pela questão do... da crise hídrica aqui em Curitiba. Então isso pra nós foi um momento em que o nosso trabalho era muito importante e que foi muito bom pra nós porque o nosso trabalho foi visto.

Eu acho que em termos de questões de dificuldades, eu acho que o maior impacto é a questão do relacionamento pessoal que é muito difícil via *Whats*. É muito difícil você gerir uma equipe via *Whats*. As pessoas... não é uma comunicação perfeita, ela gera muito ruído e é uma comunicação que não é eficiente. Você leva muito mais tempo pelo *Whats* pra resolver uma coisa do que pessoalmente. Às vezes aquele problema nem surge quando é pessoalmente. Então, isso eu acho que foi uma coisa... mas por outro lado a gente teve que fazer um esforço de organização – está fazendo esforço de organização – porque eu acho também que a gente não vai deixar de viver com essa situação híbrida. Hoje, por exemplo, eu tô aqui, eu tenho algumas pessoas aqui, mas tem gente trabalhando de casa. Até porque a gente teve várias... a gente teve quatro suspeitas de Covid na equipe... cinco, na verdade. Porque uma é uma pessoa que ia ser contratada e daí eu não pude contratá-la porque ela não pode fazer o exame admissional, eu não posso contratar sem fazer o exame admissional, e não posso fazer o exame enquanto ela não tá... tem Covid. Então, basicamente, o balanço da situação toda é

essa.

E você pode falar um pouco sobre a história do Plural e como ele surgiu?

Aiai... olha, a gente... acho que o Rogerio já te contou essa história né, mas... enfim... o Rogerio foi demitido da *Gazeta* três semanas depois da eleição do Bolsonaro. Mas a gente, durante muito... a gente, como eu tava na universidade, eu sempre... a gente sempre discutiu coisas... nós dois somos jornalistas, então a gente fala sobre jornalismo o tempo todo, discute, a gente tem algumas frustrações parecidas e em alguns momentos, tanto ele quanto eu, a gente viveu coisas que a gente não gostava da experiência de exercer o jornalismo em outras empresas. Principalmente essa questão de que tem decisões que são tomadas e que afetam o processo de produção que não seguem a lógica do jornalismo e que também não têm nenhuma influência da redação. E, segundo que a gente notava que existiam vários problemas de gestão, até de mau uso dos recursos, dentro de uma redação. A gente sempre conversou muito sobre isso.

E eu sempre vi na questão tecnológica uma forma de poder viabilizar um projeto com menos recursos iniciais, que eu acho que um grande empecilho, por exemplo, de você abrir um jornal impresso. Um jornal impresso é muito caro, a logística e o custo de produção, um jornal diário, você tem que ter muito dinheiro de cara pra poder botar um negócio desse na rua, né. E o digital ele tem alguns aspectos que são mais baratos, ele não é sempre mais barato, mas ele tem aspectos mais baratos. A gente sempre discutiu, a gente sempre se sentiu frustrado com muita coisa... às vezes na redação você perde muito tempo fazendo coisas que você acha que são desperdício de energia, que seriam melhor feitas de outra forma, enfim.

E aí quando surgiu essa oportunidade, eu principalmente notei - como você já falou da perspectiva do Rogerio, eu vou falar da minha - eu notei que existia ali um potencial que é uma coisa muito... é muito rara e muito importante num processo de mobilização de recursos pra você abrir um jornal. O que que era? É aquela comoção que teve em torno da demissão do Rogerio, teve todo uma movimentação ali de pessoas que lamentaram muito a saída dele e tudo mais, e que podia ser usado, direcionado, pra alguma coisa. E aí que surgiu a ideia de fazer a campanha de *crowdfunding* pra tentar ver se existia - testar a água - e ver se existia realmente interesse dessas pessoas de ajudar a fundar o jornal, né. Claro, a gente tinha muito claro que a gente ia ter dificuldades pra levantar o dinheiro que a gente imaginava que a gente precisava. Principalmente, a gente tinha... a gente sabia que a gente ia trabalhar com política, por exemplo, que é um assunto que não é muito palatável do ponto de vista comercial e

poderia ser um empecilho pra você ter uma receita comercial significativa. E a gente... enfim, a gente tinha claro ali quais seriam os desafios e tal.

E aí a gente lançou a campanha no finalzinho do ano e - a gente lançou, tipo, dia 22 de dezembro – no dia 14 de janeiro a gente lançou o jornal, já com, a gente na época tinha conseguido chegar em 15 mil reais/mês de receita de assinatura. E aí a gente, enfim, foi tentar botar o carro na rua, enfim, tocar isso tudo. Foi um momento bastante desafiador, um momento em que a gente cometeu acertos e erros, mas que trouxe o jornal onde ele tá agora, prestes a completar 3 anos.

Na entrevista com o Rogerio ele falou que você já tinha essa ideia de criar um jornal fazia um tempo, a partir das tuas experiências no Washington Post, do fellowship e tal, queria que você falasse um pouco sobre essas inspirações pra criação do portal. Qual era a ideia que você tinha e se ela se materializou de fato.

É, veja, há muito tempo eu criei um aplicativo de informações de serviço. Foi minha primeira incursão aí nessa área, sabe. Era um aplicativo que tinha a intenção de trabalhar com essa questão de jornalismo local de serviço, que eu acho que é uma questão fundamental assim no jornalismo local. O que que é jornalismo de serviço? Aquilo que afeta o dia a dia das pessoas, né? Preço da gasolina, falta de água, problema no transporte coletivo, trânsito, esse tipo de coisa. E, claro, algumas coisas mais de política que afetam essa questão diária. Foi uma experiência interessante porque, eu fiz o aplicativo, então eu lidei tanto com os desafios técnicos quanto os desafios jornalísticos da coisa.

Isso foi resultado de... eu gosto muito de fazer reportagem, sempre gostei, fui muito feliz como repórter, e aí quando eu tive a oportunidade de conhecer outros projetos, e nos Estados Unidos o jornalismo local é muito forte, muito embora ele tenha sofrido bastante na crise lá das receitas, mas ele não deixou de existir e ele não perdeu a importância, sabe? Ele continua sendo um jornalismo bastante importante. Mesmo o *New York Times* ele não abandonou a cobertura que eles têm da própria cidade de Nova Iorque, porque essa questão de você conhecer o lugar onde você está e você ter informação sobre o teu entorno, a tua comunidade ela é sempre fundamental e ela é sempre a base, o cerne, do jornalismo.

Aí... então isso foi uma coisa que me chamou muita atenção e que eu vi... porque a gente tava vendo, se você olhar os portais de notícias locais, você vai notar que existe um movimento muito forte pra que... pra nacionalizar portais locais. Se você olhar, por exemplo, o *Bem Paraná*, você vê que tem muita pauta ali que é nacional. A *Banda B* também tem isso,

tem muita coisa nacional dentro de um portal que é local. Por quê? Porque se você trabalha com publicidade programática, você tem que ter muita audiência, então tem que ter muito conteúdo pra trazer essa audiência e aí você tem, pra você ter chance da coisa viralizar, pra você ter mais chance de ter conteúdo que vai atrair mais gente o jornalismo local não é ideal pra esse modelo, sabe? Porque ele tá restrito àquela região. Então você acaba jogando muita coisa, assim, *BBB*, política nacional, sabe, muita coisa de cultura, de comportamento, que é mais ampla do que o jornalismo local.

Aí você vai dizer “ah, mas não tem o problema do espaço, porque o jornal impresso tem o problema do espaço, o jornal on-line não tem, então não perde o espaço do local”. Perde porque você tem um recurso limitado de pessoal, você tem um recurso... tem poucas mãos. Então se você tem que colocar alguém, mesmo que seja conteúdo de agência, se você tem que colocar alguém pra editar, trabalhar, publicar, conteúdo nacional ao mesmo tempo que você tem que produzir conteúdo local, necessariamente você vai ter menos produção de local. Não tem muito como fugir. Ou você vai diminuir a complexidade do material local, ou você vai diminuir a quantidade ou as duas coisas, em alguns casos. Então essa questão acabou enfraquecendo ali o jornalismo local por conta disso, porque aquilo ali começa a perder espaço. A própria *Gazeta*, tirando a questão da maluquice deles lá, eles têm aberto cada vez mais mão do jornalismo local. O jornalismo local dele tá na *Tribuna*. Justamente, o modelo que eles estão lá, que é de ser porta-voz dos terraplanistas é um modelo que precisa falar com o grupo todo, não pode se focar só nos terraplanistas curitibanos porque daí não mantém o projeto [riso]. Então o jornalismo local perdeu. Aí você vai dizer “ah não, mas perdeu a *Gazeta* e tal”, mas a *Gazeta* tem uma equipe super boa de local, tem um pessoal super competente que deixou, escreve menos, ou acaba saindo em outro lugar esse conteúdo.

Então percebi que era isso, se você quer brigar, você tem que brigar... eu não vou concorrer com cobertura de policial com a *Banda B*, porque a *Banda B* faz isso há anos e ela é muito melhor do que eu nisso. O *Bem Paraná* é muito mais rápido pra cobrir coisas do momento. Então eu... a minha ideia foi se consolidando de que eu teria que escolher um nicho, dentro do nicho, pra poder estabelecer o meu conteúdo.

Daí que a gente chegou nesse projeto de ter vizinhança, política, cultura... Por exemplo, a gente deixou de fora esportes. Tem demanda pra esportes? Tem. Volta e meia o pessoal pede, mas eu tenho que fazer uma opção. Eu não tenho uma equipe enorme, então eu tenho que fazer uma opção e focar naquilo que eu vou conseguir fazer. Então eu acho que essa experiência acabou me ajudando a tomar algumas decisões com uma certa segurança, porque eu tive essa chance de conhecer pessoas do jornalismo local lá nos Estados Unidos e comecei

a usar esse olhar pra olhar coisas aqui, enfim. Isso acabou me preparando pra tomar algumas decisões importantes aqui no negócio.

E você pode falar um pouco sobre essa política editorial, linha editorial que o Plural tem e que vocês estão ainda desenhando, pelo que eu estou entendendo.

A gente tem três linhas principais dentro do *Plural*, que é Poder, Cultura e Vizinhança (que é o que o pessoal chama de cidades). A linha editorial ela tem... basicamente ela diz o seguinte: que a gente... como eu disse, a gente não vai bater de frente com aquilo que os concorrentes fazem bem. Então não vou cobrir esportes, porque eu não tenho como fazer esportes melhor do que outros veículos. Não vou fazer policial porque eu não vou fazer tão bem, não vou fazer na mesma velocidade que o *Plantão 190* faz, que a *Banda B* faz [riso]. O que eu sei fazer é, daí a gente tinha a expertise de política com o Rogerio, eu cobri política durante muito tempo também, mas também tenho experiência com cidades, e a gente achava essencial ter cidades por conta da questão local e de você ter esse jornalismo forte, principalmente de serviço. E a questão cultural, por quê? Porque hoje a gente não tem cadernos de cultura ativos aqui em Curitiba. A banda... o *Bem Paraná* faz material de cultura, mas eles não tem mais o caderno como eles tinham no passado, em termos de mão de obra. A *Gazeta* abandonou essa área. A gente tem *A Escotilha*, que é uma cobertura mais especializada, né, não é tão voltada pra essa questão da cobertura da cultura local.

Então a gente identificou esses três caminhos. A base de tudo é a questão local, a gente tem que, se tiver que escolher entre algo que é local e algo que é, de repente, mais amplo, a gente vai tentar optar sempre pelo local. Sempre botar a nossa força de trabalho no local. A segunda questão é essa questão do jornalismo de serviço, de você falar sobre coisas que afetam a vida/a rotina das pessoas. E a terceira coisa é a gente ter condições de antecipar tendências nessa comunidade que a gente tem, acho que pra comunidade é muito importante que ela entenda o que está acontecendo e o que vai acontecer com ela. E, por fim, você ter acesso a informações que permitam que você acompanhe o poder dentro da cidade, acompanhe as políticas dentro da cidade, como um cidadão precisa acompanhar, então essa é uma questão que é bem forte pra nós também.

E como você avalia o lugar que o Plural ocupa hoje em relação ao mercado jornalístico local de Curitiba?

A gente tá hoje em torno de... a gente tá em 5º/6º lugar dentro dessa lógica de jornalismo local. A gente ainda não ocupou o lugar que a gente deve ocupar, sabe? Por quê? Porque a gente estruturou o nosso trabalho, mas a gente ainda tinha uma equipe muito pequena, a gente se concentrou em fazer um crescimento calmo, ponderado, e agora a gente tá num processo de aceleração, de ampliação de equipe, ampliação de... então agora a gente vai atrás do nosso espaço. Mas hoje a gente ainda não ocupa esse espaço que a gente acha que merece ocupar.

E se precisasse falar quem é a concorrência do Plural hoje, você saberia dizer?

Ah, eu tenho muito claro. A gente tem uma concorrência do *Gl Paraná*, da *Tribuna*, do *Bem Paraná* e da *Banda B*, em termos de site. Essa é a nossa concorrência. A gente tem alguma coisa... a gente não concorre diretamente, mas é uma concorrência importante, as rádios de notícias que tem lá um momento de jornalismo local. [Fala com a assistente “ah, claro, desculpa”] E eu acho que é basicamente isso, sabe? A gente perdeu muita coisa aqui, né? O *Jornal do Ônibus* tá meio desaparecido, o *Metro* foi embora, a *Gazeta* abandonou o local... então assim, a gente tava num movimento de esvaziamento desse jornalismo local.

Agora, de modo bem mais amplo e até um pouco subjetivo, talvez, eu queria que você falasse sobre as suas percepções sobre o jornalismo, de modo geral, hoje.

Mas, assim, em termos econômicos? Em termos políticos? Em termos... [risos]. Me dê um guia aí!

Acho que mais em termos de prática jornalística mesmo, como se faz jornalismo hoje.

Não sei, assim... eu acho que existe um... a base da coisa ela permanece a mesma, sabe? O trabalho é o mesmo, de ficar tentando entender como as coisas acontecem pra poder explicar pro nosso público. Acho que essa base permanece a mesma. Tem algumas coisas, assim... a gente tem algumas informações que no passado a gente não tinha, de acesso. A gente tem, apesar desse processo de esvaziamento da Lei de Acesso à Informação no Brasil desde o começo do governo Bolsonaro, a gente ainda tem muito dado pra trabalhar, a gente tem muito acesso a certas coisas, então eu acho que isso é bem bacana.

Tem... eu acho que... que tem uma coisa interessante hoje que é essa necessidade de

você pensar o teu conteúdo em termos de aproveitamento dele. Primeiro em termos de temporal, aproveitamento temporal, então eu acho que é muito limitante você escrever uma matéria que daqui a dois dias já não vai ter sentido mais. Claro, tem coisas que naturalmente evoluem, mas a internet não tem esse... quer dizer, o jornal tinha esse aspecto documental, mas mais no sentido... no sentido mais histórico assim, né, daqui trinta anos vai ter um jornal lá mostrando tal coisa. A internet tem uma questão documental mais imediata, e isso tem um impacto importante no negócio porque eu continuo ganhando, eu continuo tendo valor naquilo que eu escrevi há seis meses, desde que aquele conteúdo continue sendo adequado, interessante e tal. Então muita coisa, eu tenho que pensar que se eu tô pautando alguém ou se eu tô fazendo alguma coisa, ele tem que se encaixar em alguma coisa. Ou ele é aquele conteúdo que vai estar lá e vai ser referência e que vai tá sempre sendo chamado, por conta de ser referência naquele assunto, ou ele é aquela coisa que está tentando antecipar o futuro, que daí tem essa coisa mais imediatista, mas que mais pra frente vai continuar tendo essa importância documental de que...

Assim, eu vou dar um exemplo: A gente fez uma matéria em abril, não, março de 2020, explicando por que que – já se sabia que existia uma crise hídrica e que a gente ia ter um, ainda não tava implantado o rodízio (na verdade não é rodízio, é racionamento), não tava implantado o racionamento, tava tendo uns cortes, mas existia a expectativa de que isso ia acontecer. Então a gente fez toda uma... a gente voltou, fez todo um estudo da documentação da Sanepar lá no passado sobre o planejamento de barragens, de aumento de vazão de barragem, aumento de... enfim, implantação de outras áreas de captação de água etc. E a gente viu que na verdade a gente estava no limite há muito tempo e que aquilo era previsto. Desde os anos 90 que já se sabia que a gente ia ter um estrangulamento do sistema, tanto que a gente tá há 2 anos em racionamento. Agora existe aí alguma ideia de que a gente possa interromper esse racionamento, mas mais por decisão política do que por situação efetiva. Esse é um material que volta e meia, tanto serve de referência dentro do *Plural* quando a gente volta no assunto crise hídrica, quanto é um material que volta e meia é encontrado em busca do *Google* etc. E acaba recebendo novas leituras de quem tá se interessando nesse assunto.

Então veja que é um esforço, você não tá trabalhando com aquele jornalismo... você não tá preocupado só com aquela questão de você “ah, eu tenho que ter 30 mil *views* numa matéria”... tá, interessante... mas no longo prazo, essa matéria vai continuar atraindo *views* porque ela continua válida? Porque, no final, é isso que vai fazer com que o teu portal sempre vá ganhar valor. Porque cada matéria que você bota nele continua atraindo audiência, continua

atraindo público, continua... sabe, juntando pessoas, aglutinando pessoas em torno daquilo. E é isso que vai valorizar o teu veículo.

Mas isso é uma coisa que a gente foi criado, principalmente a minha geração, mas mesmo o pessoal mais novo de rede social, ele é muito bitolado nessa coisa do pontual, do viral, do que tem que explodir, e despreza aquilo que pode até... essa matéria ela até teve uma audiência simpática lá no começo, mas ela ganhou muito mais valor no longo prazo, entende? E isso é extremamente importante, porque isso quer dizer que cada tijolinho, cada materinha que eu boto dentro do meu site é um tijolinho nesse palácio de informação que eu tô construindo e que vai continuar valorizando o meu trabalho, entendeu? E é uma coisa que as pessoas não percebem nessa produção jornalística.

[Agradecimento e despedida]

Parte 2 - Entrevista realizada no dia 21/01/2022, na sede do *Jornal Plural Curitiba*.

Bom, então primeiro eu queria que você fizesse uma retrospectiva. Como você enxerga esses três anos do Plural? Um saldo, digamos assim.

Em termos de apuração, em termos de negócio assim?

Os dois.

É, a gente teve assim... a gente teve um período muito – do ponto de vista financeiro – um período muito de vacas magras, luta pra manter a cabeça fora d'água [riso]. Aí a gente teve um período da primeira fase de financiamento – primeira/segunda fase de financiamento – que a gente conseguiu, assim, assentar uma base. E agora a gente tá num terceiro período, que é um período de crescimento assim, que é um outro momento, outras responsabilidades. Eu acho que esse período foi o período que a gente consolidou muitas coisas que a gente pensava e que agora a gente vê que são importantes. Principalmente a questão da assinatura, né, de você manter esse foco em captar novos assinantes. É muito mais fácil ter um comercial e captar dinheiro de anúncio do que eu ter... captar dinheiro de assinante. O assinante dá muito mais trabalho, é muito mais gente, o dinheiro é muito mais capilarizado, mas é muito importante porque... manter o nosso foco no conteúdo, né. Então a gente tem hoje meio a

meio: metade... na verdade é 40-40-20, que é grana de parceiro e grana de assinatura. E isso faz com que a gente tenha que manter o olho sempre no leitor né, isso é bem importante assim.

Você consegue identificar as maiores dificuldades que vocês tiveram nesse percurso?

Ah, eu acho que pra nós assim, do ponto de vista dos sócios, foi se adaptar à gestão de um negócio, sabe? Porque a gente é bom jornalista, mas a gente tá começando o trabalho de gestão. E é um negócio trabalhoso, que exige uma certa atenção. Então acabou que, por exemplo, principalmente pra mim, eu sacrifiquei muito a minha vida de repórter pra poder tocar a gestão, sabe? E daí você tem mais clareza de o que que afeta até o negócio, né.

E os maiores problemas que vocês enfrentam hoje?

Olha, hoje a gente tem o desafio de aumentar a nossa receita. Isso depende de aumentar audiência... a gente é uma empresa pequena, a gente teve muitos problemas durante a pandemia, de afastamento por problema psicológico, por doença, e a gente tem pouca gordura pra queimar essas coisas, sabe? Então se eu tenho... ah, esse começo de ano eu tive oito pessoas com ou Covid ou com alguém próximo com Covid. Por sorte a maioria não teve sintoma e daí pode trabalhar a distância, né, não teve que parar de trabalhar. Mas eu tenho muito pouca gordura com isso, sabe? Então se eu fico com uma pessoa sem, na redação, isso já me dá um baque violento. Então isso é um desafio muito grande assim. A gente tá aumentando a equipe, mas essa... esse momento que a gente tá vivendo, parece que a gente tá patinando assim. Porque a gente contrata mais gente e daí as pessoas [risos] tão com Covid, assim, sabe? Bem complicado. Desesperador assim.

E a segunda coisa, assim, a gente tá pegando... a gente não tem como pagar um salário muito alto, a gente paga piso, então a gente pega um pessoal mais novo e é mais trabalhoso você preparar uma pessoa mais nova, com menos experiência, pra produzir na velocidade que a gente precisa que produza, sabe?

E como você vê o futuro, se você imagina o Plural em um ano, por exemplo?

Olha, eu não imagino, né. Eu tenho um orçamento, eu tenho algumas metas, a gente quer terminar o ano... hoje você tem: *GI Paraná*, tem a *Tribuna do Paraná*, que tá no *UOL*,

aí você tem *Bem Paraná* e tem *Banda B*. Daí tem algumas outras coisas, tipo *RIC Mais*, que não são muito... são importantes, mas não são tão relevantes assim. A gente hoje tá abaixo desses quatro principais, né. A gente quer terminar o ano passando, pelo menos, a *Banda B*. Essa é a nossa meta. Em termos de audiência.

Esses dados são de onde?

Tem ferramentas, né, de acompanhamento de audiência, a gente acompanha pelo *Semrush*, a gente acompanha pelo *SimilarWeb*, esses... né, tem algumas... a gente tem pessoas que nos mandam relatórios... porque é caro, né? A gente não pode assinar todos os serviços, então a gente tem sempre alguém que encaminha essas coisas.

E você falou desses veículos que estão acima de vocês, né...

Em termos de audiência.

Em termos de audiência, isso. Você acredita que a audiência de vocês, assim, o público é o mesmo?

Não. Hoje não. A gente, hoje, a nossa audiência é AB. Que, aliás, assim, acaba sendo uma... bem né... porque o nosso público é um público extremamente qualificado, é... é profissional liberal, né, é o cara com formação universitária, então é um luxo assim, né? E é um público extremamente valorizado do ponto de vista publicitário, entendeu. Tanto que a gente não precisa... a gente tem uma receita de publicidade, apesar de a nossa audiência hoje não ser tão expressiva quanto deveria ser. Mas, necessariamente a gente tem que furar esse espaço e ampliar, né. Ficar mais... assim, hoje a gente AB, muito pouco do resto dos estratos econômicos. A gente precisa ter mais, uma coisa mais diluída assim, precisa ter todos os grupos, né. Pra poder ter uma audiência grande e expressiva.

E quantitativamente você sabe me dizer, ou pode me dizer, qual é o público do Plural?

A gente tem em torno de 300 mil usuários únicos/mês. É... mas a nossa meta é passar a barreira do milhão... enfim. A gente já chegou, já bateu no milhão, entendeu? A nossa média é 300 mil.

E você falou que pra vocês criarem o Plural vocês se aproveitaram daquela comoção que foi gerada pela saída do Galindo da Gazeta e tudo mais. Você acredita que aquele público – eu vou colocar mais perto porque eu não sei se vai...

Ah é, aqui é bem ruim...

Aquele público que vocês conseguiram durante aquele período de comoção, você acredita que ele se mantém fiel ao Plural? Que ele se manteve ao longo desse tempo?

Sim, a gente tem... uma das nossas vantagens do ponto de vista assim de... do que que a gente tem de base, é justamente que o nosso público é um público que tem engajamento com a marca né. Então é um público que lê o site, é um público... assim... é um pessoal que tá com a gente. Tanto assim que, em vários momentos, o *Plural*... é, o *Plural* arrecadou mais de 30 mil reais de cesta básica pro... aquela parceria do Vale Solidariedade. A gente teve várias vaquinhas que o *Plural* apoiou nesses dois anos de pandemia que, assim, em questão de dias a gente conseguiu bater a meta. Então é um público que tá sempre junto com a gente, não só nesses momentos, mas em vários momentos em que a gente precisou do engajamento ele existia, sabe? Então esse público tá com a gente. Talvez não 100% [riso], talvez a gente tenha perdido alguém no caminho, mas, assim, a massa sim. O grosso sim.

E você falou que vocês estão num período de crescimento, de aceleração e tudo mais. Quais são as estratégias que vocês tão adotando?

A gente... a gente tem muito claro que a gente só vai crescer... assim, a gente cresce com o conteúdo. Então a nossa estratégia sempre vai ser investir em conteúdo. Tanto que, assim, o nosso investimento hoje, todo é em pessoal pra redação, produção de conteúdo. É isso. Não tem o que inventar assim [riso].

E você acredita que vai acontecer alguma mudança na produção do Plural?

É, a gente tá produzindo mais. A gente tá, talvez a gente tenha menos matérias especiais, tem mais matérias do dia a dia... essa mudança é inevitável assim, né. Porque a gente tá... A gente precisa produzir mais volume pra poder ter mais audiência, sabe? As

coisas são muito atreladas uma coisa à outra. E outra coisa que a gente tá fazendo agora, que também é uma exigência, é que a gente tá trabalhando diferentes formatos de conteúdo. A gente tá produzindo *webstories*, por exemplo, que é o formato que o *Google* criou. A gente tá produzindo material pra redes sociais. A gente tá criando coisas em áudio e vídeo. Então isso exige cuidado de outra maneira né, do que só o jornalismo escrito em si. Tem que pensar todos esses elementos aí.

Assim, uma coisa que apareceu em todas as entrevistas praticamente, é que a redação tem muita liberdade, tanto pra sugerir pauta quanto escolher o formato que vai produzir e tudo mais. Como que se concilia isso – essa liberdade da reportagem – com a necessidade de produção intensiva que a internet mesmo requer?

Eu acho, assim, que essa liberdade existe na medida em que o repórter dá conta da... do dia a dia dele assim, sabe? Então essa liberdade não pode penalizar o veículo assim, sabe? Então se ele consegue... pra mim é indiferente se o meu repórter tá produzindo 5 mil toques sobre um assunto ou se ele vai fazer um formato mais solto, se ele vai botar mais imagem, se ele vai pedir uma... eu não vou... isso pra mim não me causa nenhum problema assim, ele tá pedindo mais foto, ele pedir mais ilustração e tal. O que causa problema pro veículo é quando você tem uma parada de produção muito acentuada assim, sabe? Então tem que ter uma certa agilidade atrelada a essa liberdade, sabe? Não dá pra só... [riso] tipo a gente brinca que não dá pra escrever o grande romance brasileiro assim, sabe? Você tem que conciliar uma coisa com a outra assim. Tem coisas que exigem mais tempo? Sim, mas a gente não tem a estrutura necessária pra ficar quatro semanas num assunto só. Então uma coisa tem que compensar a outra.

Em termos de números, você tem metas ou números que vocês querem atingir de produção por repórter ou por semana de modo geral?

Não... eu não tenho porque depende muito da... é que produção é uma coisa assim, por exemplo, cobertura de Covid, tem dois tipos de conteúdo que me interessam: Um é aquele conteúdo que a gente chama de *breaking news* e serviço assim, sabe? Que é assim: data de vacinação, o que tem que fazer pra ser vacinado, né, onde que você vai etc. Esse tipo de coisa que as pessoas precisam pra poder, né, chegar na vacina. Esse material, ele demanda um tempo muito pequeno, porque eu só vou pegar o *release*, vou tratar a informação, mudar

algumas coisas que eu achei que não tão funcionando bem e publicar. Então é uma coisa assim... sei lá, 20 minutos eu dou conta disso.

Outra coisa, outro conteúdo que me interessa, é aquele conteúdo que vai analisar dados, que vai analisar situações, cenários, esse leva um pouco... depende muito da natureza, mas, por exemplo, a gente criou um painel com todos os indicadores que a Prefeitura usa pra definir o... lá, o alerta, né, o sistema de alerta ali. Então, com base nisso... assim, claro, na hora que a gente fez isso a gente levou um tempo compilando os dados e tal, a gente levou lá dois/três dias pra resolver isso... hoje eu posso, se eu quiser sair daqui agora, sentar ali e escrever uma análise, eu já tenho todos os dados na mão. Eu só preciso olhar, analisar e escrever. Então é mais difícil você dizer assim “ah, isso toma mais tempo...” no decorrer da apuração você acaba agilizando a tua... a tua... porque você já tem uma boa parte do trabalho feito né.

E na última entrevista você falou bastante sobre a ideia de tentar criar materiais que vão ficar, né. Que vão se tornar referência pra falar sobre determinados assuntos e tal. Eu acho que isso tem muito a ver com a reportagem, né? Aquela ideia de você contextualizar, um material que não vai envelhecer da noite pro dia. E aí como conciliar isso, com uma equipe reduzida - que a gente sabe que a reportagem é algo que é caro e que exige recursos e tudo mais, tanto financeiros quanto de pessoal - então como conciliar isso com uma equipe reduzida e um recurso que vocês ainda estão, digamos assim, “em fase de crescimento”?

Mas veja, isso não é... é mais simples do que você possa imaginar assim. Porque quando eu to escrevendo sobre... eu tava escrevendo essa semana sobre linguagem neutra. Eu vou ter que, necessariamente, olhar o básico pra poder escrever sobre aquilo. Então não me custa nada acrescentar lá um box, um post extra, explicando o que é linguagem neutra, sabe? Eu acho que já tá na... a questão é você lembrar que você não precisa colocar tudo num texto e que você pode acrescentar outras informações ali no teu material. É mais isso.

Porque a gente, quando você escreve pro jornal, você tem que resolver tudo na página, né? O infográfico, o box e tal. Agora, quando você escreve pro on-line, você tem que pensar nesse... quer dizer, o negócio é linguagem inclusiva, por exemplo, eu fiz um texto, ele tinha uma natureza, era um texto em primeira pessoa, que falava da finalidade da linguagem neutra. Aí a gente fez uma outra coisa que é uma sequência de posts pra *Instagram*. Daí a gente transformou isso em *webstory*. E aí esses três conteúdos eles têm mais ou menos a mesma

base, mas ele é tratado de formas diferentes, chegou pra públicos diferentes e atendeu finalidades diferentes. Mas era a mesma apuração.

Entendi... eu acho que é isso!

[despedida e agradecimentos]

REPÓRTER 1

Entrevista realizada no dia 19/01/2022.

Bom, então eu queria que, primeiro, você se apresentasse, falasse teu nome, idade e profissão só pra ter registrado.

[Resposta omitida para preservar a identidade do informante]

Você pode falar um pouco sobre a tua carreira antes de entrar no Plural?

[Resposta omitida para preservar a identidade do informante]

Você pode falar um pouco mais sobre como foi a tua entrada no Plural? Você lembra a data exatamente? Já entrou como repórter?

[Resposta omitida para preservar a identidade do informante]

Beleza! E como era a estrutura organizacional do Plural?

No começo?

É, no começo. E como ela está hoje?

Tá... quando eu entrei eles não tinham nenhum tipo de editor porque eles, acho que não tinham... não. Tinha um editor de Cultura, que era o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]*. Mas a Rosiane fazia uma espécie de coordenação de reportagem assim, e aí tinha mais uma repórter que era a *[nome omitido para preservar a identidade dos informantes]*, e o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* tinha uma repórter que era a *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]*. Então era uma repórter de Cultura, uma repórter de Vizinhança, Rosiane e Rogerio. Era isso. E o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* já era editor de opinião. Então era uma equipe super enxuta assim, aí eu entrei pra ficar nessas duas posições e com o tempo eles foram expandindo um pouco mais, foram entrando outras figuras, né?

Então entrou lá uma pessoa pra fazer o administrativo, outra pra fazer o comercial, essas posições assim que ficam bastante às margens do que é o negócio, né? Então... entrou o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* pra ajudar nos podcasts... E geralmente são pessoas que têm algum trabalho paralelo, mas que dedicam uma quantidade de horas pequena no dia pra fazer aquela atividade no *Plural*, ninguém muito exclusivo, sabe?

Agora eles tão num movimento de virada, que vai começar esse ano, né. De contratar mais gente, conseguiram mais investimento, então vão contratar CLT, vai ter bastante gente exclusiva. Mas até então era bem sedimentado assim. Aí agora acho que tem umas vinte pessoas na redação mais ou menos, né? Não sei esse dado de maneira exata, mas tem um pouco mais de repórteres e tal. Depois que eu entrei eles colocaram a *[nome omitido para preservar a identidade dos informantes]* numa posição de editora, mas aí a única pessoa abaixo dela era eu, de alguma forma né. Embora eu também fosse editora de mídias sociais, então a gente tinha cargos proporcionais. E aí, em algum momento, eles trouxeram a *[nome omitido para preservar a identidade dos informantes]*, que também é agente dupla assim, mas que faz algumas reportagens pro *Plural*. E aí, então ficamos algum tempo nessa configuração, até começarem a entrar as estagiárias. E aí *[nome omitido para preservar a identidade dos informantes]* acabou sendo contratada pra ficar num período mais integral, né? E, mais ou menos isso assim. Eu não sei exatamente como tá a estrutura agora, porque eles acabaram de fazer mudanças, né? Não sei se você já sabe disso?

Sei mais ou menos... eles me falaram um pouquinho de novas contratações e tal...

É, então, aí eles tão definindo ainda muito de como vai ficar essa equipe, né. Mas eu sei que, assim, o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]*, por exemplo, ele pediu demissão no ano passado. Ele volta agora. Então eles vão voltar a ter um editor de Cultura, com repórter e tal. Tem novas editorias, enfim, então muda um pouco. Mas até o ano passado é mais ou menos isso assim. Uma coisa até um pouco bagunçada ainda. [risos]

E quais são as funções, digamos assim, como funciona a hierarquia lá dentro?

É... a Rosiane é uma espécie de coordenadora geral. Isso significa que ela assume uma posição de controle de tudo que acontece no jornal. Ela faz pagamento, ela dá pitaco na reportagem, ela... enfim assim, né... um pouco de tudo... - só um pouquinho. Aqui. - Ela...

contratada recentemente, mas ficou bastante tempo como voluntária. Talvez algum acordo com a universidade, enfim. E aí... é... tem os repórteres. Aí somos: eu - éramos, né, pelo menos até o ano passado -, a [nome omitido para preservar a identidade dos informantes] e a [nome omitido para preservar a identidade dos informantes]. Todos... ah, e a [nome omitido para preservar a identidade dos informantes], que também é... a [nome omitido para preservar a identidade dos informantes] é uma estagiária remunerada que já tá há bastante tempo, mas a [nome omitido para preservar a identidade dos informantes] teve problemas de saúde, então ela passava da reportagem pro administrativo... ficava... meio assim sabe? Então ela não participa tão ativamente da reportagem. É... mas quando começou a participar de novo, no ano passado, foi meio que pra cobrir Cultura assim. E aí, então, eu e a [nome omitido para preservar a identidade dos informantes] éramos as repórteres que faziam coisas mais especiais né. A [nome omitido para preservar a identidade dos informantes] tem um perfil mais de cobrir política. E eu tenho um perfil mais de cobrir direitos humanos, questões de gênero, enfim... diversidades, né. E a [nome omitido para preservar a identidade dos informantes] foi contratada mais pra fazer o *hard news* assim. Mas, na prática, principalmente com o João, que era uma pessoa que praticava uma gestão muito horizontal, a gente se intercalava dependendo da pauta mesmo, sabe? Então às vezes vinha alguma coisa especial pra [nome omitido para preservar a identidade dos informantes], ela ficava um tempo naquilo também, tranquilo assim. A gente intercalava bastante. Acho que é isso.

Beleza. E, você falou sobre a questão do Galindo ter o público dele, que veio da Gazeta e tal. Ele realmente tinha um público muito expressivo na Gazeta. Você acha – não sei se você sabe falar isso – mas, cê acha que esse público se transferiu de alguma forma pro Plural?

Com certeza. Eu acho que isso ficou muito fácil de visualizar no período em que eu estive com as mídias sociais do *Plural*. As pessoas comentam muito assim. As pessoas têm uma... uma... uma ligação... têm... têm laços de afeto com o *Plural*. E esses laços de afeto vêm muito de um movimento de resistência a essa virada conservadora da *Gazeta do Povo*. E isso fica bastante concentrado na figura do Rogerio, né. É como se ele fosse um líder dessa resistência, porque foi o cara que – ele já contou essa história algumas vezes né, nas redes sociais e pra algumas pessoas, enfim – mas ele teve uma conversa com a chefia, né, da *Gazeta* falando sobre os riscos mesmo à democracia, né, que essa... que essa candidatura do Bolsonaro trazia assim. E eles começaram a apoiar em algum momento e ele foi demitido

acho que um mês depois da... do resultado das eleições, né. Então as pessoas têm uma ligação de afeto com o Rogerio, ele é um cara muito querido, muito sociável. Acho que tem méritos profissionais aí sim, mas tem méritos também da pessoa que ele é, de personalidade, ele é um cara doce, sabe? Que sabe fazer relações, por isso que é bom repórter de política, né? Tem muitas relações... é... construídas. Então, sim, ele é uma referência. Acho que é uma referência que, no ano passado principalmente, ficou bem apagada ali nas páginas do *Plural*, porque eles tavam bem envoltos nesse... nessa aura de “temos que fazer crescer” e com problemas advindos da pandemia, eles tiveram vários problemas lá, né, de ordem pessoal. Então ele ficou mais distante, mas eu sinto que ele é uma figura central e que as pessoas reconhecem isso assim. Então várias vezes eu me deparava lá com posts das pessoas dizendo, né... tipo “ai, não leia lá o jornaleco. Leia o *Plural* do Galindo”, né? Ou marcavam ele em alguma coisa da *Gazeta*. Mas muita gente apoiando, pedindo assinatura, e sempre fazendo essa menção contra o jornalismo da *Gazeta* e vinculando ao Rogerio.

Entendi. Agora sobre a tua produção mesmo, você pode falar como é a produção de reportagem? Quantos textos por dia? Qual é a intensidade de produção?

Eu entrei num *Plural* que tinha um projeto de fazer um jornalismo um pouco melhor trabalhado assim, né. Que não tinha o foco no *hard news* porque tinha consciência de que não tinha braço pra suprir essa demanda e não fazia sentido ali ficar competindo com veículos que tinham a capacidade de fazer isso rapidamente. Então a gente fazia matérias mais analíticas, né. E aí, eu acho que sempre assumi muito esse lugar assim, de fazer textão. Então escrevia matérias extensas. Acho que minha média de entrega semanal é três textos assim, com flutuações. Então às vezes um pouco mais, às vezes um pouco menos. Não significa que todas as reportagens eram textos desse tipo. Às vezes eu pegava alguma coisa factual, entregava no dia, mas até por uma característica de personalidade, de afinidade com o que tinha ali né, com os temas, eu acabava fazendo muito isso.

É... eu transitei por todo tipo de tema. Fiz pouco Política, mas fiz alguma coisa também de Poder – que é como a gente chama a editoria, né? Fiz algumas coisas de opinião que foram muito bem, geralmente girando em torno desse tema [*trecho omitido para preservar a identidade dos informantes*] Eu era repórter de Vizinhança, majoritariamente, mas transitava por todas as editorias. Escrevi bastante coisa de Cultura também. Então foi tudo: Poder, Cultura, Opinião... e as pautas vinham muito da gente né, como você viu nas reuniões que você acompanhou. Então às vezes aparecia com umas sugestões de pauta e aí ia tocando,

assim né. Então não tinha essa definição “ah, você fica só com esse assunto”, sabe? É mais o que acabar caindo na gente a partir da rede de contatos que a gente formou, né.

Você consegue descrever um dia de trabalho no Plural?

É, o trabalho no *Plural* não tinha muitas regras. Eu nunca tive um horário, por exemplo, então o meu dia de trabalho geralmente se dava em torno das fontes, né, eu tinha uma pauta lá, eu tinha que fazer esse processo de apuração, que eu fazia de maneiras diversas, então às vezes limpando a casa e falando um pouquinho com alguém no *Whatsapp*, combinando um horário pra ligar. Às vezes ia no Passeio Público, que é um parque daqui, e ficava lá ligando pras pessoas. Então ficava bastante tempo, assim né, fazendo isso. Depois que eu já tinha reunido todo o material que eu sabia que eu precisava pra fazer aquela pauta, eu sentava e escrevia. É... no primeiro ano isso se somava à atividade das redes sociais, que era uma atividade *full time*. Até por isso eu, em algum momento, quis sair mesmo né, porque eu sentia que consumia muito do meu dia. Então eu acordava dando bom dia no *Plural* e ia dormir dando boa noite no *Plural*, né. Ficava o dia inteiro ligada ali, vendo o que tava acontecendo no site e tinha que estar de pron... de prontidão pra atender, caso publicasse alguma coisa urgente, enfim.

Então era mais ou menos isso. E aí, no primeiro ano em que eu estive no *Plural* a gente mal teve reunião, deve ter feito duas no ano todo. E depois, com a vinda do João, a gente implantou esse hábito, inaugurou esse hábito, que foi de fazer aquelas reuniões que você acompanhou, que eram reuniões muito rápidas, 13h30 né. Então ela serviu mais pra gente falar de pauta mesmo, pra saber o que cada um tava fazendo, um jogo muito rápido. E de resto a gente ficava muito livre. O João tinha... tentava ser um pouco mais regrado assim com horários né. Então quando a [nome omitido para preservar a identidade dos informantes] assumia esse papel da edição eu entregava reportagem às 22h, porque a [nome omitido para preservar a identidade dos informantes] é mãe e ela ia trabalhar nesse horário, né? Mas o João tentava ficar até as 19h/20h, então dava uma corrida pra entregar alguma coisa até esse horário assim. Mas é mais ou menos isso.

E como você enxerga o Plural enquanto jornal? Quais são as características do Plural?

É... eu posso falar de um *Plural* que eu vivenciei. Eu não sei se isso continuará sendo verdade este ano, nos próximos anos. Mas, eu vivenciei um jornal que é uma *startup*, então

todo mundo faz um pouco de tudo assim, ainda bem desorganizado, mas ao mesmo tempo pessoas muito apaixonadas por jornalismo e por um jornalismo com critério, com senso crítico, com liberdade. Eu tive bastante liberdade pra fazer reportagens de enfrentamento. Recebi ameaças de processo, recebi processo... eles sempre bancaram assim, né. Seguraram essa onda. E eu percebia que a gente tinha condições assim, né, de dialogar com os leitores, de entender o que que as pessoas queriam, né. Fazer um jornalismo comunitário assim.

Acho que a gente não cobria tudo. O público do *Plural*, na minha opinião – não tenho dados pra embasar isso, mas na minha opinião – ainda é um público de uma esquerda um pouco mais elitista de Curitiba assim, de classe média, né. Acho que gira muito em torno de... ah, assinantes da *Gazeta do Povo*, né, ex-assinantes que passaram a desgostar do jornal, mas pessoas que tinham condições para assinar um jornal, né... isso não é... uma pessoa pobre não tem esse tipo de condição assim. Pessoas que tinham condições de ler mesmo aquele conteúdo extenso, que não tavam ali só pra ver uma chamada meio sensacionalista e ler um parágrafo, né. Então gente que tava a fim de consumir um conteúdo mais analítico.

Eu acho que o *Plural* tem um braço de educação muito interessante, que faz com que o público universitário também consuma muito. Principalmente a galera da Federal assim, então professores, alunos... eu acho que é um veículo respeitado nesse meio assim, bem conhecido, mas que não atinge todas as pessoas. [trecho omitido para preservar a identidade dos informantes] Então eu acho que tem essa característica, né, de ser um jornalismo de serviço, de ser um jornalismo comunitário, mas que fala pra algumas pessoas específicas, e não pra todo mundo né. Acho que isso.

E você consegue identificar uma linha editorial do Plural? E como essa linha editorial chega nos repórteres? Ou é algo “orgânico”, digamos?

Olha... é... O *Plural* não é um jornal que se posiciona partidariamente assim. Então acho que é difícil, né, as pessoas fazem muito essa associação. Eu ouvi algumas vezes alguém dizendo “ah, o *Plural* é um jornal de esquerda”. Isso sempre foi combatido. Essa ideia foi combatida, principalmente pela Rosiane. Da maneira como eu vejo, o *Plural* é um veículo progressista, pra dizer o mínimo. A linha editorial reflete muito as ideias, né... aquela discussão sobre objetividade e subjetividade jornalísticas, né. Acho que o que a gente produz é indissociável da nossa subjetividade. Então eu acho que carregava muito das pautas pessoais de cada um ali, sempre... é claro, com conferência, com critério, né. Mas eu acredito que a gente fazia, de alguma forma, um jornalismo ativista, sabe?

Então eu acho que isso e acho que também faz parte dessa linha editorial – fazia, pelo menos – pensar nesses conteúdos que não eram tão rápidos. Que tinham essa característica de ter um texto melhor trabalhado, até porque o Rogerio e a Rosiane têm um trabalho na literatura, né, eles são tradutores. O Rogerio é irmão do *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]*, que é um escritor brasileiro, tradutor né, consagrado. Então eles trazem isso no DNA do jornal sabe? O jornal tem crônica, o jornal tem espaço pra publicações literárias, eles têm esse cuidado com o texto assim, têm referências gringas de jornais que praticam esse tipo de jornalismo. Eu também tenho esse apreço pela literatura, então sempre pensei muito no texto, né? Acho que esse olhar pra qualidade do texto também faz parte da linha editorial do jornal. E... isso. Mas aí a gente vai falar de educação, né, garantia de direitos humanos, enfim. Acho que isso assim.

E tem alguma produção que você fez que te marcou mais durante o teu tempo no Plural?

[Resposta omitida para preservar a identidade do informante]

E as pautas, essa segunda pauta especificamente, surgiu de ti? Você que sugeriu?

[Resposta omitida para preservar a identidade do informante]

E como é fazer uma reportagem investigativa, em profundidade, e num jornal que é pequeno? Então é só você. Geralmente essas reportagens são em grandes equipes e tem que ter um financiamento também. Como funciona? O jornal banca? Fale sobre isso.

Olha, a única vez... fora, assim, processos né. Isso aconteceu, umas três vezes pelo menos. E aí, bom, eles lidam lá, assim... fui perguntada sobre algumas coisas, mas... fora isso, no processo de investigação, eu nunca precisei assim mesmo de nenhum tipo de grana. Na verdade, né, eu faço da maneira que o *Plural* comporta, então não... não inventava arte, viagens, essas coisas assim porque eu sabia que não... que a gente não tinha estrutura pra fazer isso. Uma vez um... eu tava fazendo uma reportagem investigativa *[trecho omitido para preservar a identidade dos informantes]* Aí eu tive que ir atrás dessas atas e tal, e aí o *Plural* me ajudou com isso né, porque tem que pagar o cartório. Foi a única vez assim que eu gastei algum dinheiro pra fazer uma reportagem.

É... mas eu acho que é complicado porque a gente não tem segurança, sabe? O *Plural* não tem condições, assim, de me mandar pra... pra Argentina se acontecer alguma coisa, entendeu? Não tem condições de instalar um sistema de monitoramento na minha casa. Então é se expôr a risco mesmo. Aí vai de cada um. Eu acho que eu fui a repórter que mais se expôs, mas era um gosto pessoal [risos].

E qual é o diferencial, você acredita? Por exemplo, uma cobertura do mesmo tema, que você faz pro *Plural* ou que o *Plural* faz e uma coisa do mesmo tema sai em outros veículos da região, como *Gazeta*, *Banda B*, *Bem Paraná*... qual é o diferencial do *Plural*?

Os outros veículos costumam ser mais superficiais. É basicamente isso, assim. Eles focam no factual, então eles ouvem ali uma fonte e isso é o suficiente pra sustentar o... a manchete, e então é suficiente pra ter clique e foi, né? Acho que existem trabalhos pontuais dos outros veículos que também têm um cunho mais analítico, mas não é a maioria da produção, como é no caso do *Plural*. Então a gente sempre tinha muito cuidado de consultar é... assim, todos os lados que a gente tava vislumbrando. É claro que a gente não fazia um trabalho irretocável, perfeito, né, mas com certeza um trabalho com maior profundidade e análise.

E qual é o lugar que o *Plural* ocupa no mercado jornalístico de Curitiba? Você consegue me descrever mais ou menos? Ou quem são os competidores, digamos?

É, eu acho que quando a gente observa a qualidade desse jornalismo, eu acho que compete com a *Gazeta*, mas não é pro mesmo público, né. É quase que prum público oposto. Então eu vejo esses como os dois grandes jornais de Curitiba, embora o *Plural* seja muito pequeno. Existem outros jornais, *Banda B*, *Tribuna*, é... *Bem Paraná*, enfim, que são portais de internet, que são muito focados em produzir a rodo, que pegam lá *release* de assessoria e que, portanto, têm muito mais acesso que o *Plural*, né. Que têm mais tempo de mercado também, então isso ajuda muito no ranqueamento do *Google*. Enfim, por uma série de razões, acho que existem outros jornais que têm mais acesso, mas quando a gente fala de nome, de autoridade assim né, eu diria que o *Plural* é o principal jornal progressista da cidade e que o principal... e que compete de alguma forma com a *Gazeta*, embora não seja o mesmo público. Se for pensar em outros jornais, eu acho que, talvez, o *Bem Paraná*, assim. Mas é isso, né... é quase como se fosse um veículo nichado, sabe?

E agora, mais amplo e subjetivo quase, como você enxerga o jornalismo hoje?

Como eu enxergo o jornalismo hoje? [pausa] Olha, eu acho que... o jornalismo... eu tenho um pouco essa dificuldade... é, de... de ver com bons olhos esse jornalismo de herança positivista, que é muito calcado numa objetividade que não olha pras, pra algumas subjetividades e particularidades de certos sujeitos. E acho que eu tenho essa visão muito porque o tipo de jornalismo que eu pratico é um jornalismo voltado pra diversidade. Então o meu projeto de mestrado vai falar um pouco sobre isso assim, né, sobre como o jornalismo é monossexista, porque se foi um beijo entre dois homens é um beijo gay, né? Já faz essa leitura de maneira... uma leitura objetiva, né? Que não vai olhar pras subjetividades daquela questão, né? Não vai analisar com um pouco mais de critério, humanidade, parcimônia, enfim. Então acho que quem faz um jornalismo que pratica essa subjetividade, que olha pra outras questões acaba sendo rotulado de militante, assim. Jornalismo ativista, né?

Eu gosto duma, duma... duma fala da Fabiana Moraes em que ela fala sobre como o lavajatismo é ativista, mas ninguém diz isso. Pessoa vai dizer que é ativista quem tá fazendo matéria antirracista, né? É... então acho que é um pouco isso, assim, sabe? Acho que o jornalismo perde um pouco tentando ser objetivo, embora ter critério pra fazer apuração seja fundamental pra evitar *fake news* e tudo isso, assim, sabe? Então acho que tem essa ambivalência. É... mas é isso assim. Acho que o jornalismo perde mesmo quando ele tenta ser muito prático e objetivo e aí o texto não é bom, ele acaba sendo raso, sabe? Majoritariamente o que pinga aqui na minha *timeline* é isso e eu vejo os jornais que eu gosto morrendo. Né? As revistas... a *Trip* não imprime mais. O *El País* acabou. Então acho que as perspectivas são um pouco difíceis assim, pra quem gosta desse jornalismo que eu curto, que é um jornalismo de subjetividade e de profundidade. É assim que eu vejo o jornalismo no Brasil hoje.

[Despedida e agradecimentos]

REPÓRTER 2

Entrevista realizada no dia 20/01/2022.

Pra começar eu queria que você se apresentasse, falasse teu nome, idade e profissão.

[resposta omitida para preservar a identidade dos informantes]

Você pode falar um pouco sobre o que você fez antes do Plural?

[resposta omitida para preservar a identidade dos informantes]

[pergunta e resposta omitidas para preservar a identidade dos informantes]

E qual é a tua função dentro do Plural?

Eu sou repórter. Eu trabalho com reportagem.

E você consegue falar um pouco sobre a estrutura organizacional do Plural, digamos assim? Quais são as hierarquias, como funciona?

É, então... eu acho que agora essa questão ficou um pouco mais definida, né. Antes, é... eu sempre tive uma editora/um editor pra quem eu trabalhava mais diretamente, né. A gente conduzia ali algumas pautas. Durante muito tempo eu tive umas pautas diárias definidas e fazia isso, é... depois entrou, né, houve uma mudança de edição ali dentro, é, algumas coisas mudaram, eu acho que ficaram mais organizadas. É... então eu já ganhei mais um foco assim de qual seria o meu trabalho, quais seriam as minhas pautas. Né, a gente vinha trabalhando nesse esquema há um bom tempo, foi um esquema que, pra mim, fluiu. E agora, com a saída desse editor e a Rosiane, enfim, assumindo a edição é... as coisas ficaram, é... mais hierarquicamente estruturadas assim, embora, é... a gente não tenha uma definição exatamente de conteúdo ou de controle de pautas, porque isso varia muito conforme a demanda do dia. Mas, basicamente, é essa a minha edição. Eu sou subordinada a um editor, que é o Ricardo, e que organiza a produção de conteúdo diário em geral. E, eu acho que ele está abaixo da Rosiane que é quem coordena a redação de forma geral, não só a reportagem,

mas enfim, todos os outros conteúdos que o Plural hoje publica.

Como é a tua produção pro Plural? São quantos textos por dia? Que tipo de textos?

É... é bem intenso assim, sabe? É uma... rotina de... enfim, a ideia é que eu fizesse pelo menos um texto por dia, mas acaba sendo mais. E... às vezes também eu assumo algumas pautas que são um pouco mais longas e que eu não consigo produzir no dia. Então, assim, eu preciso de mais tempo pra trabalhar, porque... - *[trecho omitido para preservar a identidade dos informantes]*

Magina!

É... enfim, aí acaba sendo, é... uma rotina intensa assim, né. Eu tô se... tô todos os dias praticamente presente com eles, ou seja, de manhã ou a tarde, conforme eu consiga equilibrar com o meu outro trabalho. E... então, assim, tem dias que eu to trabalhando, como agora, numa pauta mais longa, que é pro fim de semana, e eu realmente não consigo conciliar – é... - com o trabalho diário, né? Até porque eu obe... tento obedecer ali o meu... a carga horária do sindicato, né? Que são 5 horas diárias, mas como eu não trabalho no sábado pra eles, eu trabalho 6 horas por dia no *Plural*. Às vezes excede esse limite, e tá tudo bem assim, porque, é... a gente não tem nada pré-definido em relação a isso, mas eu tento ao máximo me ajustar a essas seis horas diárias, se não eu perco o controle do meu... das minhas organizações diárias também.

E as pautas, elas costumam vir de sugestões tuas ou da edição?

Eu acho que é bem mesclado assim. Tem alguns temas que eu acompanho, é... enfim, alguns temas que repercutem assim aí como cai pra mim eu vou acompanhando e isso mesmo vai gerando, é... uma... é... uma lista própria, né, de pautas, de sugestões assim. Eu acho que eu sou meio independente em relação a isso, eu consigo, muitas vezes, é... sugerir pra eles, né, ou quando eu tenho tempo de ficar de olho, de acompanhar ou pensar em algumas tendências assim que podem ajudá-los, é... também eu recebo sugestões deles sim, orientações deles sim. Eu diria que talvez hoje eu sou um pouco mais independente, eu tenho um pouco mais de autonomia sim pra sugerir e aí eu percebo que, mais ou menos o que tem a

ver, né, com a política de publicação do *Plural*, então é... eu diria que hoje eu mais sugiro do que recebo pautas. Mas tem semanas que... enfim, é tanta correria que a gente acaba definindo ali em conjunto mesmo.

E o que você leva em consideração na hora de sugerir uma pauta? Quais são as tuas preferências de cobertura, digamos assim?

Eu tenho algumas preferências, é... pessoais assim, mas que tem a ver... nem sempre... é... é o escopo de pauta deles. *[trecho omitido para preservar a identidade dos informantes, fala de interesses de cobertura]*, eu gosto bastante de cobrir.

Mas também, é... a gente acaba sendo engolida pela rotina diária assim. Não tem como, por exemplo, eu não participar da cobertura de Covid, né? Não tem como eu não participar da cobertura de um assunto factual, assim, porque nós somos uma equipe enxuta, então às vezes é óbvio que vai recair pra mim. Então é meio que um quebra-galho assim, a gente faz de tudo um pouco ali. É... mas eu tenho sim, né. Eu acompanho alguns temas bem específicos. *[trecho omitido para preservar a identidade dos informantes]*.

Respondeu sim! E você falou aí da política de publicação do Plural ou assuntos que interessam pro Plural. Você pode falar um pouco mais sobre isso? Sobre essa política de publicação.

É, eles têm uma... uma linha editorial muito particular assim né, na política de publicação deles. É... eu não sei se é isso exatamente que você quer saber, do lado editorial ou de... enfim, como é que é a rotina de publicação.

Isso mesmo, a linha editorial.

Uhum. Então... é... enfim, eles têm um escopo de pautas mais progressistas. A gente tenta dar um olhar pros fatos que se diferencia do restante dos veículos aqui do Paraná justamente por, é... trazer essa pluralidade de ideias, como o próprio nome do jornal diz, pra dentro da discussão da redação e da publicação e da, enfim, da confecção das pautas e da produção do material, né. É... eu acho que fica nítido isso, é... todos, de certa forma, temos é... algumas convergências dentro do jornal, embora isso não seja uma regra, né, há também as divergências. É... mas a gente meio que... é... enfim, compreende que aquele assunto ele

não apenas tem que ser exposto, mas ele tem que ser contextualizado, né. Então quando você vai tratar de Covid, por exemplo, você não pode simplesmente apresentar os números, é... enfim, sem deixar de associar toda a crise sanitária que tem por trás disso né, tô falando de uma matéria mais elaborada. Você precisa olhar também os poréns. Então é isso que as pautas do *Plural* é... em tese se diferenciam por isso: por trazer pra dentro dos seus conteúdos uma contextualização - é uma contextualização política sim, mas também é uma contextualização social, também é uma contextualização econômica, enfim – de várias frentes ali que... a gente sabe que um fato ele não é isolado de todo, né... ele não faz sentido se não for analisado dentro de... cont... enfim, se comparado a toda... todas essas frentes.

E você consegue me descrever um dia de trabalho teu no Plural?

Aai [suspiro]... [*trecho omitido para preservar a identidade dos informantes*]. Mas, por exemplo, é... eu geralmente... vou citar, por exemplo, uma terça-feira assim, pra você... é... eu começo a dar uma olhada no que tá rolando no dia, assim lá por meio dia, [*trecho omitido para preservar a identidade dos informantes*] então lá por meio dia, meio dia e meia eu começo a dar uma olhada, enfim, no que está acontecendo. Fico mexendo um pouco nos bancos de dados do governo, da prefeitura, pra ver o que eu consigo levantar de lá. Nem sempre eu consigo fazer isso porque às vezes [riso] eu faço um horário de almoço também, mas enfim. Em tese a gente começa mesmo a partir da uma hora ali, que é aquel... toda aquela preparação pra reunião, então você já precisa ter mais ou menos ideia do que que você vai sugerir, qual que vai ser a tua entrega naquele dia e 13h30 até 14h tem essa reunião. É... e... aí depois eu fico trabalhando até eu conseguir entregar essa pauta. Geralmente isso excede as minhas seis horas diárias assim, eu vou um pouco além, mas eu... meu dia termina quando eu finalizo o material e entrego pro... pro editor.

Eu acho que você já falou um pouco sobre isso quando você falou da política editorial do Plural e tal, mas eu queria que você falasse sobre como você enxerga o Plural enquanto jornal.

Ah, eu acho que... é... ele... a gente... quando a gente fala do *Plural*, a gente fala é... num veículo – deixa eu tentar achar o adjetivo certo – eu acho que ousado, assim. Eu digo ousado porque você, é... criar um projeto com uma linha editorial que se dissocia bastante do perfil de eleitor que aquele... que são os Curitibanos e que são os paranaenses assim, é um

projeto ousado no sentido de que você sabe que vai ser muito difícil você alcançar uma audiência é... enfim, entre um público tão conservador. Mas é importante, ao mesmo em que é ousado, ele é importante e necessário, porque você abre possibilidades pra, enfim, trazer uma discussão realmente, dar um... [trava a ligação]

Tá me ouvindo? Você travou aqui pra mim...

[ela retorna e pede desculpas]

Não, magina! Eu ouvi até a parte que você tava falando sobre... que a política, que o Plural é um veículo ousado, mas que ao mesmo tempo é importante, né... aí travou.

Sim! É, exatamente! Porque eu acho que a gente não pode desconsiderar que existe um público que... é... consome e, não necessariamente concorda, mas que respalda boa parte da nossa... é... da nossa política analítica de reportagem digamos assim, né? Então... eu acho que é necessário sim, a gente precisa ter o *Plural*. Não só apenas como uma... nova ou como uma outra opção, mas também como... é... um... um veículo que preenche uma lacuna muito grande aqui no Paraná, aqui em Curitiba de uma forma geral, né. Enfim, eu sei que a ideia do *Plural* é ser mais localizado possível, então o foco é um pouco mais Curitiba do que o Paraná, mas alguns temas também estaduais a gente não pode simplesmente renegar. É... então eu vejo, sim, que é um veículo muito necessário e que isso tem se mostrado também nos números, né. O *Plural* ele tem conquistado cada vez mais audiência e cada vez mais relevância e... eu acho que ele segue também a tendência de alguns veículos que têm surgido aí com um pouco mais de autonomia nos últimos anos.

E você, já que você falou do público do Plural, você conseguiria descrever como você imagina esse público? Tanto qualitativamente, quanto quantitativamente?

Ai, eu acho que fica difícil, assim. Eu não acompanho as métricas nem os números do *Plural*, né. Tudo que eu sei é o que eles repassam pra gente. Eu não tenho acesso a quadros de... é... de audiência, por exemplo, esses dados eu não tenho acesso. Mas assim, quantitativamente, é... eu diria que... é... enfim, esse público está crescendo cada vez mais, a gente tem aí boas... é... recebido boas notícias com relação a isso. [trecho omitido para preservar a identidade dos informantes]. É... mas, qualitativamente, é... eu acho que o *Plural*

ele reúne assim públicos muito distintos, né, ou públicos muito específicos. Às vezes eu penso até que o *Plural* ele é um veículo feito bastante pra nichos, né. Ah, tem o pessoal que, é... acompanha muito o debate de pautas identitárias, eles sabem que vão encontrar isso no *Plural*. Ah, é um pessoal que acompanha muito, enfim, a cultura local de Curitiba, eles sabem que vão encontrar isso no *Plural*. Ou então temas envolvendo meio ambiente, é... aí, né, de uma forma contextualizada, eles sabem que vão encontrar isso no *Plural*.

Mas a gente também percebe que tem muita gente que não... não compartilha, não... não está ali na mesma zona convergente de opinião com a política editorial do *Plural* que também nos lê, né, isso fica claro, por exemplo, nos comentários. A gente acompanha ali nos comentários e você vê que tem muita gente criticando. E eu não tô dizendo que isso é ruim, muito pelo contrário. Às vezes o que eles falam ali não é porque é diferente do que a gente pensa que eles também não têm o direito de se manifestar, então você percebe que, é... eles também estão de olho no que a gente tá produzindo. E se eles tão de olho no que a gente tá produzindo, isso significa que o *Plural* não é insignificante do ponto de vista quantitativo nem qualitativo pra todas as pessoas de uma forma geral, né?

Acho que é isso assim, mas seria interessante... eu não tenho uma ideia, eu não sei se eu conseguiria formar um leitor. Eu acho que a gente atrai é... nichos bem diversificados, embora politicamente eu acho que eles pensem muito semelhante assim, mas não dá pra dizer também que, é... os que não estão em sintonia com a política editorial do *Plural* não nos leem porque a gente percebe que... é... nos comentários... é... sim, o nosso conteúdo chega até eles também, né? Talvez seja uma parcela de conteúdo mais individualizada ou mais específica, um ou outro material, mas de certa forma já tá chegando pra esse público também.

Nesse teu tempo de trabalho no Plural, você tem alguma produção que te marcou mais?

[resposta omitida para preservar a identidade dos informantes]

Entendi. E você conseguiria dizer o lugar que o Plural ocupa no mercado jornalístico de Curitiba?

Ãaan... eu acho isso tá sendo muito dinâmico, né. É... desde que eu entrei no *Plural* *[trecho omitido para preservar a identidade dos informantes]* eu acompanhei várias fases do *Plural* assim. Eu acompanhei fases muito boas, acompanhei fases muito ruins, então eu diria que hoje ele ainda está conquistando o seu lugar no mercado editorial, enfim, jornalístico de

Curitiba.

É... mas assim, eu digo dinâmico no sentido de que ele está evoluindo, né? Não de que, ah, enfim, os altos e baixos fazem parte, mas de uma forma geral, a gente percebe que está ocupando uma parcela cada vez maior ali do jornalismo curitibano. Eu acho que a gente já tem uma relevância, eu acho que a gente tem uma equipe muito boa e muito dinâmica que consegue fazer funcionar o *Plural* como um jornal diário e não apenas como um jornal, né, que publica grandes reportagens esporadicamente, o que eu acho que é muito importante também. É... mas eu observo que existe sim esse caminhar, essa migração, pra um patamar cada vez mais alto assim.

Isso eu to falando de uma percepção minha como repórter. Por exemplo, quando eu comecei, era muito difícil a gente conseguir algum contato ou conseguir a informação por ser de um veículo de menor porte. Muitas pessoas não conheciam, né? E eu acho que com o passar do tempo nesse mais de um ano que eu to ali trabalhando com eles, meio que já se tornou comum. Pelo menos pras fontes de Curitiba e do Paraná, eles sabem quem é o *Plural*, eles reconhecem o *Plural*, a gente liga e fala que é o *Plural*, já não tem mais aquela “ah, mas o que que é o *Plural*? Ah, mas é um jornal de Curitiba?”, eles já sabem quem é. A gente já tem um nome consolidado. Talvez justamente por a gente, é... migrar... não migrar, mas mesclar essa rotina tanto de produção diária, quanto de produção de fôlego, quanto é... na área, enfim, do jornalismo político, do jornalismo econômico, do jornalismo diário. Então isso já... enfim, já fez com que o nome do *Plural* se pulverizasse mais, assim.

Então o que eu posso dizer pra você, acompanhando nesse um ano e meio quase que eu to lá com eles é de que, realmente, a gente conseguiu mesclar um pouco mais esse público de leitor, conseguiu atrair um pouco mais de visibilidade, né. Muitos dos nossos materiais, por exemplo, que a gente produz, eles acabam sendo citados, às vezes até na tribuna da Assembleia Legislativa. Então a gente vê que tem pessoas importantes de olho, acompanhando, é... e isso fortalece a nossa produção, né?

E agora uma pergunta mais ampla e quase subjetiva: quais são as suas percepções sobre o jornalismo de modo geral hoje?

Ai... eu acredito muito no jornalismo. Eu sou, eu acho que vou ser sempre a... sei lá, a última jornalista utópica desse mundo assim. Eu acredito que a gente, é... consegue como jornalismo sim – eu não digo transformar, eu não acho que jornalismo é um poder - mas eu acho que o jornalismo é uma ferramenta, sabe? Uma ferramenta importante, é... da sociedade, uma

ferramenta importante que a gente tem, é... pra questionar realmente ess... né? Enfim, tudo que a gente vive todos os dias assim. Eu não tenho nem como pensar numa sociedade, enfim, em comunidades sem acesso ao jornalismo no qual eu acredito hoje, especificamente nesse contexto em que, é... a gente vê as informações inverídicas, as *fake news*, ganhando cada vez mais corpo e ganhando cada vez mais força, né? O que a gente vê é uma segmentação nova do jornalismo, que é o *fact checking*, que chega aí agora como mais um instrumento da nossa profissão pra tentar conter, né, esse avanço das notícias falsas e que tanto maculam aí, enfim, a nossa própria sociedade.

Então, assim, é... uma... eu entendo o jornalismo como uma ferramenta essencial, sempre vai ser, é... pra questionar, e isso eu acho que não tem necessariamente a ver com, ah, né, pensando só eleitoralmente falando, politicamente falando, mas nós temos inúmeras questões que precisam, é... e que resistem por causa do jornalismo assim. Eu acho que se não fosse o jornalismo praticado da maneira séria como é praticado por alguns veículos no Brasil, né, e cito até alguns veículos de grande imprensa que a gente vê, isso independentemente da linha editorial, mas mais falando no conteúdo e no formato de produção mesmo deles, é... eu acho que nós estaríamos vivendo um caos maior do que vivemos hoje.

E qual é o lugar que você acha que a reportagem ocupa no jornalismo hoje?

Eu acho que ela ainda ocupa... é... eu diria pra você que o espaço de mais destaque assim, né? Claro, também existem inúmeras outras produções, que nem como eu te falei agora, ah, por exemplo o *fact checking*, que é um... é um... uma segmenta... uma segmentação não, né, mas é um braço ali do jornalismo muito importante. Eu admiro muito quem trabalha com isso, trabalharia facilmente com, é... com checagem também. Mas eu acho que a reportagem ela... ela não é apenas, é... a nossa profissão na forma mais clássica, mas ela é essencial porque ela foge daquilo que é simplesmente factual, né? A gente vai atrás de elementos, a gente vai atrás de ampliar o fato ou a notícia, é... pra além dos, enfim, dos limites óbvios.

É claro que você precisa saber quantos testes de Covid vêm sendo feitos, mas você precisa entender também por que tá gerando esse aumento ou por que que o estado não tá dando conta, enfim. A reportagem ela tá aí justamente pra fazer com que a... enfim, o cidadão, o leitor, o telespectador, ele consiga é... perceber que tudo tem que ser questionado, tudo é questionável. Então eu acho que a reportagem induz a isso, né? Induz o leitor... induz não. Não gosto dessa palavra porque a gente não induz, mas a gente mostra pro leitor ou pro

telespectador que, é, os fatos eles não são constituídos de maneira isolada e que é, enfim, há sempre fatores agregados que contribuem pra... pra aquela notícia ou que contribuem pra aquele acontecimento especificamente, né?

Então acho que a reportagem, a essência da reportagem é essa, é você contribuir de maneira mais ampla ou você dar elementos, subsidiar elementos que às vezes os telespectadores ou leitores não têm acesso, né. Não é todo mundo que consegue manipular lá uma plataforma de dados do governo, até porque isso não é simples. Eu acho que esse é o nosso... é o nosso dever enquanto profissional, a gente subsidiar os leitores, os telespectadores com esses elementos que nem sempre são acessíveis, mas que contribuem pra que ele consiga enxergar o fato além, pra além das suas características básicas. Entender que aquilo, às vezes, é muito mais complexo e que aquilo não está desassociado, é, de... enfim, de N fatores que às vezes ele nem imagina que possa estar relacionado àquilo.

E como você enxerga o espaço que a reportagem ocupa no Plural especificamente?

É um espaço... eu diria que é o principal... é... objetivo do *Plural* né, desde que eu entrei eles falam muito disso, da gente trabalhar como repórteres de... enfim, de conteúdo um pouco mais abastecido e não apenas ficar trabalhando com, né, enfim, pequenas notinhas do dia a dia. Mas eu também vejo isso como um desafio, porque nós somos uma redação muito pequena. Nós somos uma redação muito pequena e que carece um pouco de mais... de mão, né, mão de obra ali, para que a gente realmente consiga ter o fôlego pra fazer essas produções assim. É super válido que a gente continue insistindo nesse caminho. Esse é um dos diferenciais do *Plural* e eu acho que a gente tem conseguido mostrar e tem conseguido fazer, mas às vezes pensar em reportagens um pouco mais elaboradas fica difícil porque nós somos uma redação pequena e temos que dar conta de inúmeras outras situações que a gente também não pode deixar em segundo plano, né, no dia a dia, até por uma questão de audiência.

Você quer falar sobre algo que eu não perguntei, complementar alguma coisa?

Não, assim... eu acho que... deixa eu ver se eu tenho alguma observação que eu gostaria de fazer... é... assim, eu realmente acredito nesses, é... nesse movimento, né, a gente vem acompanhando aí há algum tempo esse movimento, é... que eles chamam de, né, dos jornais independentes... eu acho que ele surge como uma alternativa. Não acho que isso desmerece o jorn... a grande imprensa, enfim, continuo achando que a grande imprensa ainda

tem o seu papel relevante, e muito relevante. Tenho as minhas críticas, mas eu acho que eles têm sido imprescindíveis, por causa do alcance, justamente, eles têm sido imprescindíveis agora, é... em meio a tanta veiculação de notícia falsa e... mas eu acho que os veículos menores eles também conquistaram esse espaço, vêm conquistando esse espaço, e o *Plural* tá entre eles, né?!

É legal, é muito legal ver assim o pouco... né, o que eu acompanhei do *Plural*, [trecho omitido para preservar a identidade dos informantes], mas ver como esse jornal cresceu [trecho omitido para preservar a identidade dos informantes], né? Ele se reorganizou, se reestruturou internamente, né, foi buscar aí algumas... algumas... alguns reforços na área de *marketing*, na área de... no financeiro mesmo, eles se reorganizaram internamente pra isso e a gente vem colhendo bons resultados, né. Percebo que o *Plural* é um jornal que vem colhendo bons resultados, mas não só por causa de uma prática interna, mas por causa do conteúdo que ele faz.

Assim, várias vezes eu já recebi, né, um *feedback* de fontes “ah, importante”, “poxa, que legal que vocês tão tratando disso”, porque é... ontem mesmo eu tava dando entre... tava entrevistando uma [trecho omitido para preservar a identidade dos informantes]. Eu tava entrevistando a assistente social, ela falou [trecho omitido para preservar a identidade dos informantes] “poxa, que legal que vocês tão trabalhando essa parte, porque tudo que a gente fala... é, assim, a gente dá inúmeras entrevistas sobre como que a universidade tá se preparando pra essa volta, mas aí depois você vai ver, eles cortam só pros números, só pros dados, e aí o que a gente fala, que às vezes é o mais relevante, eles não perguntam, não questionam. É interessante que vocês agora estão buscando dar esse ponto de vista também...”, então volta e meia a gente recebe *feedback* dos próprios entrevistados, assim, aí “ah tá, que legal que você vai tratar disso, nunca ninguém fala disso. Eu falo diversas vezes com o pessoal da imprensa, mas eles não me questionam sobre isso, que é bem relevante”.

Então assim, eu acho que a gente... comparado aos outros veículos, e isso não quer dizer que nós somos melhores [riso], mas talvez somos diferentes em relação a isso, a gente consegue, ainda tem um pouco mais de liberdade pra trabalhar com um pouco mais de profundidade nas questões e isso faz com que o nosso conteúdo de reportagem, por exemplo, talvez saia na frente ou seja diferente, né. Tenho amigos maravilhosos que trabalham em outros veículos, fazem conteúdos maravilhosos também, mas às vezes com um pouco mais de limitação, né. E não tem a ver com a capacidade deles, não tem a ver com o ambiente que eles trabalham, né, enfim, existem outras especificações, é... que deveriam ser analisadas em relação a isso. Mas eu acho que é isso, assim. Não sei se você gostaria de ouvir mais alguma

coisa assim.

[Despedida e agradecimentos]

REPÓRTER 3

Entrevista realizada no dia 20/01/2022.

Então primeiro eu queria que você se apresentasse, com teu nome, idade e profissão, pra ficar registrado.

[resposta omitida para preservar a identidade dos informantes]

Você pode falar um pouco sobre as coisas que você fez antes de entrar no Plural?

[resposta omitida para preservar a identidade dos informantes]

E como você entrou no Plural? Como foi tua entrada?

[resposta omitida para preservar a identidade dos informantes]

Como que foi esse processo?

[resposta omitida para preservar a identidade dos informantes]

Então a tua função dentro do Plural hoje é reportagem.

Isso.

Beleza. E você pode falar um pouco sobre a estrutura organizacional do Plural de modo geral? Quais são as hierarquias e tudo mais?

Posso. Acho que eu posso. *[trecho omitido para preservar a identidade dos informantes]* Então eu vou, assim, vou falando mais ou menos o que eu sei, mas provavelmente tem pessoas que saberão bem mais que eu.

É... mas, bom, não sei, temos ali Rosiane, Rogerio e Benett, que são os fundadores, os chefes mesmo assim de... de todo mundo, mas quem fica mais na parte ali da... de coordenação da redação e do... é... da parte de produção mesmo de reportagens acho que

seria mais a Rosiane e o Rogerio. Antes eu tinha mais contato com o Rogerio, principalmente ali nessa parte de transição da *[trecho omitido para preservar a identidade dos informantes]* pro João, era o Rogerio que fazia as reuniões e... - de pauta né, com o pessoal – é... fiz a entrevista com... com o Rogerio mesmo. É... mais recentemente eu agora tenho mais contato com a Rosiane, acho que ela que tá também, agora, ficando mais focada nessa parte de coordenação da reportagem, de pautas, de linha editorial e... bom, enfim.

Aí tem nós repórteres, tem os estagiários... ãan... e daí tem o pessoal que cuida de outras partes do jornal, por exemplo, produções audiovisuais agora que eu sei que o *Plural* quer dar uma investida a mais nisso, tipo *Youtube*, ou produções também gráficas pra reportagem, tipo infográficos, imagens, é... algo assim. Que daí seria mais o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* e o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* ali, que cuidam disso. Eu, com certeza, to esquecendo de várias pessoas, mas tem o pessoal das redes sociais também, mas basicamente acho que a... de hierarquia assim seria o Rogerio, a Rosiane e o Benett ali, e daí... ah, o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* né, pelo amor de deus, óbvio... o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* que agora é o chefe de redação e ele cuida não só, agora, das reportagens mas... antes ele já cuidava da parte de opinião, né, das colunas, das crônicas, ele que organizava e publicava, e agora ele também tá com a função de fazer isso com... é, as reportagens, de pautar os repórteres, é... muito trabalho pro *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* [riso] e... ali... tem ele ali, eu acho, e aí os repórteres. Acho que seria mais ou menos isso.

Beleza. E como que é a tua produção pro Plural? Quantos textos por dia? Qual é a intensidade da rotina?

[trecho omitido para preservar a identidade dos informantes] eu acho que agora eu encontrei assim um... não sei se é um ritmo, mas um... uma estratégia pra eu conseguir fazer isso e, atualmente, assim, de... dessa metade de dezembro pra agora eu tenho conseguido produzir uma reportagem por dia, nem que seja, é... algum *releasezinho* que saia, ou alguma matéria que não exija tanta apuração ou tanta entrevista assim, é... eu tenho conseguido.

E aí eu sempre vou deixando algumas de gaveta assim, pra você... ir fazendo quando tem um tempinho, ah, esperando uma pessoa responder, você vai vendo aquela outra reportagem que tava lá. Então eu tenho conseguido soltar uma por dia, mas agora, eu não sei se... se você sabe ou se... nem sei se você tava acompanhando as reuniões nessa época...

acho que não, porque... você tava acompanhando as reuniões quando o João tava ainda, né?

Isso, aham! Eu cheguei bem no final do João.

[resposta omitida para preservar a identidade dos informantes]

E as pautas, elas surgem de você ou vêm dos editores?

É... dos dois. É... eu acho que é sempre bom quando a gente sugere pautas, né, até pra aliviar um pouco pro... pros editores [riso]. Porque, né, caso alguém não tenha pauta eles sempre têm alguma coisa na manga, o que eu acho incrível, não sei como conseguem. Mas acho que vêm um pouco dos dois assim. Isso também na faculdade era uma coisa que eu tinha muito medo, assim, eu falava “nossa, eu nunca vou conseguir sugerir pautas, meu deus, todo dia, toda semana, sei lá”, mas é uma coisa que... acho que a gente vai acostumando e vai... vai aprendendo.

Então agora eu, imagino, acho, minha impressão que eu tenho, é que eu já sugiro um pouco mais de pauta, assim... isso é uma coisa muito bacana do *Plural* – sem querer puxar saco nem nada, mas é que realmente é uma coisa muito legal, que eu não esperava – é que a gente tem muita liberdade, tanto pra sugerir pauta, pra... pra sugerir “ah, não sei, eu quero fazer essa pauta sobre... uma pauta especial sobre...” não sei, uma coisa nada a ver, que não tá no assunto agora, mas a gente sempre é muito acolhido assim, todo mundo sempre incentiva, fala “não, vai, pode fazer” e... pra escrever as reportagens também, é sempre uma coisa muito... nunca fui, nunca tive uma delimitação, por exemplo, de... de espaço de caractere, enfim. Acho que isso também por conta da internet, já que, né?! A gente tem esse... esse espaço livre, não precisa ficar tentando encaixar nas páginas do jornal... eu acho que é muito bom, tanto pra repórteres quanto pra... pros leitores. Mas é uma coisa muito massa, assim, do *Plural*, essa liberdade que eles dão tanto pra sugestão de pauta, pra reportagem, enfim.

E... até esqueci o que era a pergunta... ah! Se eu sugiro pautas ou os editores. Ambos. Às vezes, tem dias ou tem semanas, que eu falo “nossa, não consegui ver nada, não sei o que tá acontecendo no mundo, não tenho pautas” e daí o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* sempre manda alguma coisa ou, enfim, o João antes né, sempre tinha alguma coisa. E, se tem alguma coisa muito urgente, assim... ah, eu to fazendo uma pauta, mas surgiu alguma coisa muito urgente e o *[nome omitido por se tratar de*

profissional externo à pesquisa] fala “não, [*nome omitido para preservar a identidade dos informantes*], eu preciso que você veja isso, tudo bem?”, eu falo “não, beleza” e daí assim vai. A gente vai vendo prioridades.

E quando você sugere pautas, assim, o que você leva em conta? Você tem preferências de assuntos?

Olha... difícil essa pergunta. É... bom, eu... eu ainda tenho muita dificuldade em sugerir pautas factuais, pautas muito do dia assim. Eu tenho a tendência a sugerir pautas que demandam muito tempo de apuração, que seriam... que seria uma coisa mais longa pra se produzir. Eu tenho essa [riso] pequena tendência. É... por exemplo, eu lembro uma que eu falei, na época da [*nome omitido para preservar a identidade dos informantes*] ainda, bem no começo, eu queria fazer sobre [*trecho omitido para preservar a identidade dos informantes*] foi um negócio gigantesco assim, nem havia necessidade de tudo isso, mas [riso] eu, eu não sei, eu sempre vou prum troço muito grande.

[*trecho omitido para preservar a identidade dos informantes*] E aqui no *Plural* [risos] pelo menos, eu tento não deixar tão longo, mas eu tenho essa liberdade pra escrever.

É... pautas que eu sugiro... é uma co... bem clichê isso, mas... é... ah, pautas sociais, que envolvam movimentos sociais, que envolvam pessoas minorizadas, que envolvam, é... ah, é que falar pautas sociais é uma coisa muito clichê assim, sabe? Mas eu acho que eu tenho essa tendência a sugerir pautas desse tipo, não sei. Eu sempre tento... é porque eu sempre tento puxar prum lado, pra algum assunto que eu ache interessante ou que eu ache que as pessoas não conhecem tanto e aí, não sei, acho que um exemplo mais fácil pra tentar explicar o que eu to tentando falar – eu sou *péssima* pra falar, por isso que eu escrevo [risos] – é... [*trecho omitido para preservar a identidade dos informantes*]

É... mas é mais ou menos isso, assim. Hoje em dia eu acho que eu já consigo, assim, dar umas sugestões de pauta que são mais... que sejam mais factuais mesmo, que eu consiga fazer em um dia [risos] realmente, não precise de sei lá quantas semanas pra... pra produzir. Mas acho que é mais ou menos isso. Tenho muita... nunca dei sugestão de pauta de política e economia, por exemplo! É uma coisa que eu tenho mais dificuldade assim [riso]. Mas enfim, a gente vai tentando né?! É isso. Se eu tiver falando demais também você pode... pode cortar!

Não, por favor... não existe isso! [Risos] E também não acho que é clichê não, deu pra entender sim. É... você consegue me descrever um dia de trabalho no *Plural* na

reportagem?

Consigo. Tá, vamos lá, desde o começo. O meu horário no *Plural*, agora como repórter mesmo, é da 13h30 às 18h30. Ou, enfim, da 13h a 18h. Mas... são... são essa... esse... é esse horário à tarde. E aí, enfim, sempre de manhã eu tento fazer algumas outras coisas que não envolvam trabalho, porque acho que é importante também pra gente dar uma esclarecida na mente e ficar mais tranquilo. Então de manhã eu tento não pegar nada de trabalho. Às vezes, uma vez ou outra, eu tenho que fazer uma entrevista porque aquele entrevistado só pode de manhã, enfim... mas assim, coisas esporádicas. *[trecho omitido para preservar a identidade dos informantes]*

Aí eu começo, entre 13h e 13h30, e aí 13h30 sempre tem reunião de pauta, todos os dias. É... vou descrever agora como é que tá com o... com o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]*, né. Porque agora já começou com ele, a gente tá desde o começo do ano com ele, então vou falar mais ou menos como é que tá sendo agora com a liderança ali do *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]*. 13h30 então sempre tem reunião de pauta, a gente conversa um pouquinho. Todos os repórteres ou dão sugestões ou falam sobre o que que já tão fazendo, né?! E aí *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* também dá outras sugestões, vê como é que tá a produção de todo mundo, o que que vai fechar no dia, o que que vai precisar de mais tempo pra fechar e agora também, o que eu acho muito legal, é que o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* tá participando das reuniões, então - o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* é... é... a pessoa dos gráficos, do... dessa parte mais tecnológica e visual, que é muito legal, e daí agora ele também tá participando das reuniões – que antes ele não participava, pra tentar também a gente fazer algumas coisas diferentes na reportagem pra deixar mais interessante, deixar mais... é... atrativa também pro leitor, né?! Então colocar mais gráficos, colocar mais imagens, colocar... não sei, mudar a diagramação ali pra chamar atenção, o que é bem bacana. E daí depois da reunião de pauta, que não leva muito tempo, porque pelo que eu entendi o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* não gosta de reuniões muito longas... é... ele faz uma coisa mais... mais dinâmica.

E aí a gente sai da reunião, cada um vai fazer as suas reportagens e aí geralmente o que eu faço é... antes, um pouquinho antes da reunião, eu confiro o que eu tenho do dia, o que eu tenho, né, da semana, pra eu falar pro *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* e aí logo depois da reunião eu sento e vejo as minhas pautas, o que que é prioridade

pro dia, o que que eu posso ir fazendo ao longo da tarde... ãan... eu dou uma estudada na pauta se eu... se ela é nova ou se eu, né, não tava com ela há muito tempo. Dou uma estudada na pauta e já tento mandar mensagem, ou ligar ou mandar e-mail pra, dependendo da fonte né, o mais rápido possível porque [riso] eu preciso da resposta sempre, ou geralmente né, no dia. Então, isso que eu faço.

E aí durante a tarde eu vou fazendo as entrevistas que eu preciso, e aí... olha, eu sempre começo a escrever mesmo a reportagem lá por umas... 16h30/17h, que é quando eu tenho a resposta de todo mundo, eu já vou deixando meio pronto e aí pra eu conseguir só sentar e escrever rapidinho e deixar a matéria publicada. Às vezes eu consigo fazer mais de uma por dia por causa do... ah, se são só *releases* ou se é alguma coisa mais simples, até vai. Mas é mais ou menos isso. Aí eu escrevo a reportagem, dou várias revisadas no texto e daí eu coloco no... no site lá do *Plural* no... no *Wordpress*. Não sei como é que... como é que chama isso... no... no site, pra revisão.

E aí o [*nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa*] sempre revisa e publica, ou no dia ou deixa pro dia seguinte, mas é mais ou menos isso. E até 18h/18h30 eu... agora não... não tento... tipo não... antes eu tendia a passar muito do... do meu tempo de trabalho mesmo porque eu queria terminar, realmente, as coisas no dia o que precisava. Mas agora eu to conseguindo terminar [riso] as coisas dentro do tempo o que é... massa! Mas é mais ou menos isso o dia a dia meu.

E como você enxerga o Plural enquanto um jornal? Por exemplo, você falou que em Curitiba não tinha nenhum jornal que você se interessasse em trabalhar na redação. E aí quais são as características do Plural que fazem você pensar que é um jornal que você gostaria de trabalhar, digamos?

Bom... quando eu entrei em jornalismo, né, na faculdade, a... o jornal mesmo de Curitiba, assim, era a *Gazeta*, né? [*trecho omitido para preservar a identidade dos informantes*] mas de qualquer forma também, eu lia as matérias da *Gazeta*, a produção da *Gazeta* e... tinham várias questões ali, geralmente nas matérias ou nas produções de opinião, nos editoriais da *Gazeta*, que eu não... não me identificava assim. Não achava que era aquilo que o jornalismo significava pra mim, assim. Eu não sentia que, ah, trabalhando na *Gazeta* só por ser uma redação muito famosa, muito grande, é... por mais que deva ser uma experiência muito interessante você ter, né, essa oportunidade de trabalhar numa redação super enorme, que eu imagino que era a da *Gazeta* [risos], é... não, não... aquilo não me fazia... não era

aquilo que eu falava “não, beleza. Tá, nossa, meu sonho, vamos lá. É pra isso que eu vim fazer jornalismo”. É... tanto que no começo da faculdade eu ainda tava meio “puta, será que é isso mesmo? Será que eu vou fazer isso? Hm... sei lá... talvez eu mude pra psicologia? Não sei...”.

E daí eu lembro que, quando surgiu o *Plural*, era uma coisa muito nova e era muito... muito... muito... como é que é a palavra, meu deus do céu... era muito excitante, assim, era muito animador porque as pessoas começavam a ver as matérias e o que o *Plural* produzia. [trecho omitido para preservar a identidade dos informantes] E também era uma coisa tipo, nossa, você começa um jornal do zero sozinho, do nada, em Curitiba assim, que não é muito fácil eu imagino. [trecho omitido para preservar a identidade dos informantes]

Porque geralmente [risos], o que acontecia? A *Gazeta* publicava um texto e daí o Galindo publicava outro falando “nada a ver isso aqui que eles publicaram”, daí eu falava “exato! Obrigada”. E daí eu falei “tá, se ele começar um jornal eu imagino né, que deva ser uma coisa interessante”. [trecho omitido para preservar a identidade dos informantes] Agora que eu estou dentro, né, do... do *Plural* em si, eu vejo que realmente é isso.

É, mas era muito massa. Era uma visão toda... eu não sei, é que eu sou... meio romântica demais às vezes, eu acho que eu romantizo um pouco... um pouco em excesso também [riso]. Mas sempre foi, quando... né, o *Plural* se consolidou mesmo “ah, somos, né, isso aqui. É isso, beleza”, enfim. E eles começaram a produzir mais coisas e eu sempre tava acompanhando, eu falava “não, cara, parece ser muito massa isso. Tipo, é o tipo de reportagem que eu gostaria de fazer...” é... eu vi que tinha espaço, assim, pra certos assuntos, certos temas, que eu acho que não eram tratados em outros veículos aqui em Curitiba, não só... não só escritos né, enfim, rádios e TVs etc. E eu também nunca tive vontade de trabalhar em rádio ou TV, por exemplo. Eu sempre tive de vontade de trabalhar ou em jornal escrito... ou... [suspira] em jornal escrito [riso], mesmo. É... mas também não sabia se jornal diário ia ser uma coisa que eu ia gostar. Mas enfim.

É... acho que o que faz o *Plural* ser o *Plural* é que eles ocupam um espaço em Curitiba que tava muito desocupado, há bastante tempo. E eu acho que eles trazem, é... informações, trazem dados, trazem uma visão de Curitiba – não só de Curitiba, enfim, de Curitiba e região, assim – o que eu acho muito legal que é um jornal local e focado na comunidade mesmo aqui de Curitiba e região metropolitana, mas eles trazem uma... uma visão muito... muito única sobre os fatos, eu acho que isso também em função dos repórteres, né, que... acho que é uma redação muito massa e eu acho que, também, por eles criarem esse ambiente de trabalho tão... ah, tão leve, não tem... claro... claro que, né, a gente tem que

produzir, tem aquela... né, a gente tem que seguir as metas, tem que seguir, né, todo, tem toda essa questão mercadológica. Mas eu acho que é uma coisa mais livre, mais espontânea que as pessoas, que os repórteres têm essa... essa possibilidade de fazer as pautas que... que eles realmente querem, que eles realmente gostam, enfim... não sei. E, sentir que eles tão fazendo alguma coisa... é... por algum motivo, tipo, tá dando um efeito, tá mudando alguma coisa, por causa de tal reportagem alguma coisa aconteceu, então eu acho que o *Plural* tem esse... esse efeito. Não sei se fez sentido... mas era alguma coisa nesse... era algo assim que eu queria falar. [riso]

Fez sentido sim, dá pra... e como você imagina o público do Plural? Tanto quantitativamente, quanto qualitativamente?

Difícil essas perguntas! Eu não tenho noção nenhuma de números, então eu não posso dizer assim “ai, acho que o público do *Plural* é esse tanto de pessoas!”, é... eu acho que o *Plural* ainda tem uma questão, eu não sei se... não sei se problema seria a palavra, mas ainda tem essa questão de que o *Plural* ainda tá numa bolha de pessoas. A gente ainda não conseguiu expandir tanto. E acho que isso é uma coisa que, esse ano, pelo menos, a Rosiane tá comentando bastante, pra gente tentar, é... sair dessa bolha que o *Plural* tem de leitores. Que, pelo que o pessoal fala, e acho que é realmente o que a gente vê mesmo, assim, pelo menos o que eu vejo né, com o meu círculo de amigos, de família... enfim, de conhecidos, que seria mais o público A e B mesmo, a gente ainda não consegue alcançar outras camadas da população tanto quanto a gente gostaria.

Cara, em números eu realmente não faço a menor ideia mesmo. Mas eu acho que, assim, o *Plural* tá crescendo **muito**, muito mesmo, nesse... principalmente nesses últimos anos, assim. É... mas acho que ainda tem muita... muito chão pela frente pra conseguir sair dessa bolha, alcançar outros públicos diferentes, não só aquelas mesmas pessoas que sempre leram o *Plural* e continuam lendo o *Plural* e... é uma coisa, eu nem pensava muito sobre isso na verdade, mas na... faz acho que umas duas semanas, que eu fui entrevistar uma... uma pessoa pra uma reportagem... eu nem lembro o que que eu comentei, que assunto que era, é... acho que foi bem no final da repor... - “da reportagem” – da entrevista assim, que eu tava falando “ah não, porque né, do *Plural*, enfim, você já conhecia o *Plural* etc. E tal”, alguma coisa assim e daí a pessoa falou “não, sim, eu conheço, né?! Mas acho que é por causa mesmo da minha bolha, né. Que, meio que todo mundo lê, e daí eu conheço e também...”. Daí eu fiquei pensando “é, nossa, não... de fato, é uma bolhinha ali dos... que tem as pessoas leitoras

do *Plural*”. Acho que a gente tem que pensar também num trabalho pra alcançar outros tipos de público, não só aqueles que... enfim... que já estão lendo o *Plural*, que leem por causa de alguma outra pessoa. Mas em números eu vou ter que tá te... eu não sei mesmo. Eu só... eu... a impressão que eu tenho é que tá crescendo muito, assim. Não sei se estou errada ou se estou muito... nossa, loucaça. Mas eu... a impressão que eu tenho é que tá crescendo **muito** mesmo, ultimamente assim, que mais pessoas tão lendo, enfim, acho que também por todas as estratégias que... que o *Plural* tá tentando, né, fazer agora, principalmente esse ano, pra ver se dá uma... essa... essa expandida. Mas ainda f... ainda precisa expandir mais, tanto de público, enfim, número de leitores, mas acho que é mais ou menos isso.

Você consegue falar um pouco quais são essas estratégias que o *Plural* tá adotando pra expandir?

É... sim! Uma delas é essa questão gráfica assim, que eu comentei, né, que o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* agora, por exemplo, tá até acompanhando as reuniões de pauta pra, às vezes ele sugerir “ah, nessa aqui cabe um gráfico. Nessa aqui cabe um *webstory*”. Por exemplo, *webstory* é uma coisa que também a gente tá tentando destacar bastante assim, porque chama as pessoas pra matéria, enfim, é um... é um recurso bem legal também, que é também o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* que cuida. Então eu acho que toda essa questão mais gráfica da reportagem.

Investir em fotos também, que acho que é uma coisa que o *Plural* não... ainda não... não conseguiu consolidar, assim, porque... obviamente, né, agora na pandemia a gente usa, claro, fotos de... da prefeitura, que seja, se for uma matéria da prefeitura, mas a gente usa fotos de outras pessoas, né, não dos nossos repórteres mesmo. E acho que isso é uma coisa que o *[nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]* também tá tentando dar uma incentivada assim. Obviamente que fazer pautas presencialmente [riso] ajudaria nesse sentido, algumas coisas dá pra fazer. É, enfim, então essa parte gráfica, toda essa questão das fotos, dos *webstories*... é... as partes da... das redes sociais também, eu acho que é uma coisa que eles tão investindo bastante esse ano. Eles contrataram até uma... uma nova... uma nova funcionária pra também ficar nas redes sociais, que querendo ou não é um meio de chamar o público pro... pro site e que acho que não era uma coisa muito movimentada, mais o *Facebook* assim... mas tem *Instagram*, *Twitter*, *LinkedIn*, enfim, que acho que pode ajudar também bastante. ãan... O que mais?

Contratando mais repórteres né, no caso, pra ter uma produção maior também, porque isso é uma coisa muito importante. Quanto mais produção, mais movimentação no site, também as pess... os leitores vão entrando, vão vendo que tem “ah, tem coisa diferente”, enfim, ficam mais tempo no site, o que ajuda também. Contratando mais repórteres, ãan... meu deus, o que mais? Eu acho que era... com certeza tô esquecendo de algo, mas enfim. Acho que as principais assim, que eu consigo... que eu tenho contato pelo menos, né, diariamente, são essas.

Ah! E outra... mentira, tem mais uma, pelo menos que eu penso aqui que é começar novas editorias ou... é... os blogs, não é uma editoria no caso, mas tem um espaço pra blogs agora, que é bem bacana também, acho que as pessoas, né, podem gostar e se identificar. Tem a editoria de Negócios, que era uma coisa que a gente não fazia. Não... acho que uma ou outra matéria tinha no *Plural* sobre negócios, agora é uma coisa mais... mais frequente. Ah, contrataram também um editor só pra parte de cultura, que é uma coisa que o *Plural* também... acho que preza muito, foca muito, que é toda essa parte cultural... então tendo alguém focado só em cultura, pra editar só as coisas de cultura, acho que também vai dar um... uma força ali pra essa parte. Acho que é mais ou menos por aí. Deve ter, com certeza tem, mais coisas. Mas assim, que eu tenho contato, pelo menos, que eu escuto nas reuniões, que eu vejo assim mesmo, né, na prática assim, eu consigo destacar essas.

E nesse teu tempo de Plural, tem alguma produção que te marcou mais?

[resposta omitida para preservar a identidade dos informantes]

Legal! *[trecho omitido para preservar a identidade dos informantes]* O que você acha que tem de diferente nas pautas que você faz pro Plural, ou nas pautas que o Plural faz de modo geral, com os outros veículos de Curitiba?

Lucas, difícil! Perguntas muito difíceis. ãan... tá. Uma das coisas que eu acho que eu vejo no *Plural* e que eu não vejo em outros... outros veículo é... sei lá, por exemplo: a Prefeitura lançou um *release* X ou a... tudo bem que, esses *releases* mais... mais objetivos por exemplo “ai, novo grupo da vacinação...” enfim, “Curitiba começou a vacinar as crianças de oito anos”, isso é uma coisa que também a gente não tem muito o que... o que mudar. A gente dá uma... eu sempre tento dar uma.. uma mudada no texto também, só pra não ficar aquela coisa bem “copia e cola” totalmente, mas é aquilo, assim, só falar “beleza, começou a

vacinação, vai ser nesse dia, nesses pontos de vacinação e é isso”. Mas, por exemplo, tem algumas coisas que... que a Prefeitura lança é... que a gente consegue tirar uma matéria dali que não é só aquele *release*, não é só copiar, colar e dar aquilo ali.

Então... eu não sei, eu to tentando pensar num exemplo pra ficar uma coisa mais clara, mas... é... deixa eu pensar... ah, não sei, um exemplo bem bobo assim, mas, por exemplo, no natal de luz lá do Greca, que a Prefeitura sempre dava “ah, hoje vai ter atração tal, essa aqui tá aberta, é isso aqui que tem, não sei o que...”. É claro que a gente só... a gente poderia só pegar a matéria, copiar e publicar e tals que, eu vejo, que é o que a maioria dos veículos, né, fazem. Mas, não sei, o *Plural* ele tenta sempre fazer alguma coisa diferente, ou fazer “tá, vamos pegar com outro foco ou com outro... com outro... um outro viés e fazer uma coisa diferente do natal” e daí fazia uma lista sobre todas as... as... as atrações, as atividades que tão abertas ainda, até quando ficam abertas, não sei, fazer um resumo, algum... uma coisa diferente!

Ou... deixa eu pensar... como o *Plural*, pelo menos até agora tinha poucos... é... uma equipe muito pequena, não... né, não... não dá pra competir com... com outras redações de outros veículos no quesito velocidade, publicar... ser o primeiro a publicar alguma coisa. Claro que, né, às vezes a gente consegue, mas... a maioria das vezes, não sei, o *GI* já deu, o *Bem Paraná* já deu, outra pessoa já deu. E daí o que a gente sempre f... né, tenta fazer, e eu aprendi muito isso com... com o João [*trecho omitido para preservar a identidade dos informantes*] O que que a gente pode... como é que a gente pode entrar nessa história de uma maneira diferente pra não ser a mesma coisa que as pessoas, né, já leram. Mas a gente precisa dar essa matéria porque... né, não tem como a gente não falar sobre isso.

[*trecho omitido para preservar a identidade dos informantes*] Então acho que isso é uma coisa muito interessante que a gente faz, porque por mais que a gente sempre queira, né, ter um furo e... e ser o primeiro a divulgar alguma coisa, porque é muito legal, é... a gente sabe que a maioria das vezes a gente não vai conseguir, porque a redação é pequena ainda, porque a gente tá começando, enfim.

Então tentar sempre entrar nessas histórias de uma maneira diferente, nem que seja alguma coisa mais factual, mas tentar dar de um... de um outro viés, pra não só entrar igual todo mundo e a matéria só ficar lá por isso mesmo. É... acho que isso. Acho que tratar de... de assuntos que... a maioria dos jornais não – não sei se... não sei exatamente o porquê não... não entram, mas enfim – principalmente... é... a... os artigos de... de opinião, por exemplo, do... do Rogerio sobre... que seja o racismo, que seja a violência policial aqui em Curitiba, que seja algum tema que... que é muito tratado em notícias factuais que os jornais dão, mas

eles não aprofundam ou não dão essa visão... não sei se mais “pessoal” seria a palavra, mas essa visão mais crítica, talvez.

Acho que até por isso [riso] os governos não são muito fãs de falar com a gente, eu tenho muita dificuldade de... de falar com a Prefeitura, de falar com a Secretaria de Saúde, é... porque acho que tem essa... essa posição meio na defensiva já assim tipo “tá, mas o que que cês querem? Tem certeza que é só isso mesmo?” não sei. Então sempre é uma coisa meio... hm... esse... um atrito assim, o que é um... prejudica um pouco, né? [riso] A gente, no caso. Mas estamos tentando mudar. Enfim, acho que o *Plural* não tem... também não sei... não é “medo” a palavra, mas o *Plural* não deixa de falar as coisas só porque vai desagradar alguém, porque vai... prejudicar algum político tal, porque... enfim. Então acho que isso também é... é bastante... é bem diferente dos outros veículos que eu vejo, pelo menos.

Beleza. E agora uma pergunta mais subjetiva pra gente encerrar: quais são as suas percepções sobre o jornalismo de modo geral hoje em dia?

Bem clichê mesmo, mas acho que o jornalismo nunca foi tão necessário. Acho que... principalmente nessa... ah, nessa era da pós-verdade, que todo mundo é comunicador, que todo mundo pode produzir conteúdo, consumir conteúdo, que... é... todo mundo tem acesso a muita coisa. Acho que é... o trabalho do jornalismo é muito importante. Eu preciso acreditar nisso porque se não eu não sei o que eu tô fazendo. Então acho que, também por uma necessidade minha mesmo de... [risos] de sobrevivência no mundo, que eu preciso acreditar que o jornalismo é muito necessário e muito importante, mas... [trecho omitido para preservar a identidade dos informantes].

É... eu acho que o jornalismo não tá conseguindo acompanhar a... as pessoas, assim, é... não... no... calma, vamos tentar explicar. Eu acho que o jornalismo não tá conseguindo acompanhar as pessoas no sentido de que elas é... são ativas, elas não são só leitores passivos ou, enfim, consumidor de notic... de notícias passivos que vão ler e falar “ah, tá bom”. Elas também vão produzir seus conteúdos, elas vão falar com outras pessoas, elas vão, enfim, divulgar e... do jeito que elas bem entenderem. O que, por um lado, é muito legal porque a gente vê que tem toda essa troca de... de informações, mas às vezes é muito nocivo também, porque às vezes a informação não é tão bem apurada ou é, intencionalmente, não apurada, no caso [riso]. E eu também acho que o jornalismo não tá conseguindo acompanhar toda essa... essa era da desinformação, eu acho que a... toda a cadeia de... de, não só, né, de *fake news*, mas de... de informações enganosas e de toda essa desinformação gerada, é uma cadeia muito

grande e desierarquizada, então é todo mundo, não tem um... uma figura central que comanda tudo, eu acho que muito... mu... eu vejo como uma rede assim, muito descentralizada, que é por isso que é tão... [riso] tão poderoso, e acho que o jornalismo ainda tem... ainda vai... muito lento e é um trabalho de formiguinha assim e... enfim, acho que é cada vez mais importante a gente tentar, é... desmentir todas essas... essas informações. É... que mais? Nem lembro a pergunta... me perdi aqui já nas desinformações. Era o pa... o que que era? O jornalismo hoje em dia?

Isso!

Era, né?

Aham...

Tá... é... eu acho que o jornalismo também se transformou muito *[trecho omitido para preservar a identidade dos informantes]*. Acho que mudou muito, muita coisa, por causa das redes sociais, por causa de todo esse... essa questão das pessoas também agora é... não... não quererem mais tanto ler os jornais, o jornalismo acho que perdeu um pouco de... de credibilidade com as pessoas, que tinha antes, que nossa, se f... deu no jornal, se falou em tal... nossa, se essa notícia tá no jornal é porque é a verdade absoluta, é isso, e acho que o jornalismo, sim, perdeu um pouco disso. Acho que as pessoas não, mesmo que... que a gente desminta, por exemplo, alguma notícia, ainda, com certeza, vão ter pessoas que vão co... preferir continuar acreditando é... naquela notícia falsa ou enganosa, enfim... e acho que isso é muito complicado.

Ãan... meu de... eu só tô falando coisa ruim, né? Não, mas acho que [risos]... acho que... acho que, por todas essas questões ruins, o jornalismo é muito necessário e acho que a gente ainda tem que melhorar muito muito muito mesmo. Mas eu acredito muito num... num jornalismo é... sem essa...essa máxima e essa noção da objetividade jornalística e da... e da... - ai meu deus, como é que é? - e da impessoalidade, eu acho que, às vezes, um jornalismo mais subjetivo, mais pessoal, pode ser muito... muito benéfico pra... pra várias pessoas, inclusive, né, enfim, pros próprios jornalistas, pros leitores. Acho que algumas coisas a gente podia tentar... é... atualizar, mudar, não sei. Mas acho que a gente aprende a... aprende muito sobre essa... esse jornalismo imparcial que não pode ter... ter lados – e claro que a gente também não vai é... ai difícil isso porque é bem... é bem tipo depende, assim –

mas... acho que essa máxima do jornalismo imparcial prejudica muito o jornalismo. Acho que a gente não precisa ser imparcial e impessoal o tempo todo. Acho que, em alguns momentos, é possível fazer esse jornalismo mais subjetivo, que é o que eu acredito muito. E espero que [risos]... que esteja no caminho certo. ãan... ai, não sei, mas é... acho que... acho que é isso!

Uhum!

[risos]

Você quer falar sobre alguma coisa que eu não perguntei? Complementar alguma coisa?

Eu acho que não, assim. Eu falei que uma coisa que eu prezo muito e que eu achei muito... muito bacana do... do *Plural* e que eu não esperava mesmo, porque eu achei que redações eram... eram... eram espaços muito mais fechados e mais... é... ah, eu imaginava aquela pressão toda, aquele negócio, um espaço não tão saudável assim de trabalho. Mas uma coisa que eu me surpreendi muito, que eu acho muito bacana é que a... não sei, acho que é... vai ser sempre a coisa que eu vou... vou falar pra todo mundo que me perguntar, que é a questão da liberdade que você tem de... de sugerir pauta, de fazer suas reportagens, de escrever do jeito que você quer – obviamente, né, mantendo um... um... um padrão gramaticalmente correto e toda aquela coisa – mas tem muita liberdade no... no estilo de escrever. Os repórteres do *Plural* escrevem de estilos muito... né, de maneiras muito diferentes e... e é muito legal porque os editores não – eu tive três editores até agora, né, a [nome omitido para preservar a identidade dos informantes], o João e o [nome omitido por se tratar de profissional externo à pesquisa]... é... o Galindo e a Rosiane de vez em quando, né, algumas matérias, uma ou outra, eles também editavam – e é muito legal porque eles não... claro que eles vão corrigir as reportagens, vão corrigir se tiver alguma coisa meio, né... ou vão falar com você, mas eles não simplesmente mudam o seu texto e cortam coisas e fazem o que eles quiserem e mudam tudo e publicam. Sempre que... é... sei lá, alguém quer mudar alguma coisa, ou fala “ai, será que isso aqui é interessante?” eles sempre falam com a gente antes, fala “não...”, troca uma ideia, sei lá o que, enfim. Então acho que isso é muito legal. Tem uma liberdade imensa.

E, acho que sobre o jornalismo eu falei, né, bastante já... mas acho que é isso, assim, não tem muito... muito não.

[Despedida e agradecimentos]

APÊNDICE B – EXEMPLO DE TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O(A) Sr(a) está sendo convidado a participar do projeto de pesquisa A Reportagem como Estratégia de Diferenciação na Internet: O Caso do *Jornal Plural Curitiba*, cujo pesquisador responsável é Lucas Santos Carmo Cabral, orientado pelo prof. Dr. Marcelo Engel Bronosky. O objetivo do projeto é estudar a prática da reportagem jornalística no *Jornal Plural Curitiba* como um dispositivo para compreender aspectos mais amplos da crise jornalística no Brasil. O(A) Sr(a) está sendo convidado por que faz parte da equipe do portal estudado.

O(A) Sr(a) tem de plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma para o tratamento que recebe pela Universidade Estadual de Ponta Grossa e o Programa de Pós-Graduação em Jornalismo.

Caso aceite participar sua participação consiste em participação de uma entrevista com o pesquisador sobre as características e histórico do *Jornal Plural Curitiba*, suas percepções sobre a prática jornalística realizada pelo veículo e, mais especificamente, sobre a prática da reportagem. A entrevista poderá ser gravada em som e/ou vídeo apenas para utilização do próprio pesquisador. O material sonoro e visual não será divulgado.

Toda pesquisa com seres humanos envolve riscos aos participantes. Nesta pesquisa os riscos para o(a) Sr.(a) são os constrangimentos causados durante a entrevista e na publicação do trabalho.

Também são esperados os seguintes benefícios com esta pesquisa: compreensão das características da prática jornalística realizada pelo *Jornal Plural Curitiba*, do seu comportamento em relação à crise do jornalismo e ao cenário jornalístico da cidade de Curitiba. Espera-se também contribuir de um modo mais amplo para o jornalismo, identificando estratégias possíveis de resistência e sobrevivência econômica durante a crise. Da mesma forma, consideramos que se trata de uma contribuição relevante para os estudos de Jornalismo, identificando características da reportagem jornalística e da

Rubricas _____ (Participante)

Página 1 de 3

_____ (Pesquisador)



crise, pensando estratégias teóricas e metodológicas para a compreensão destes fenômenos

Se julgar necessário, o(a) Sr(a) dispõe de tempo para que possa refletir sobre sua participação, consultando, se necessário, seus familiares ou outras pessoas que possam ajudá-los na tomada de decisão livre e esclarecida

Garantimos ao(à) Sr(a), e seu acompanhante quando necessário, o ressarcimento das despesas devido sua participação na pesquisa, ainda que não previstas inicialmente.

Também estão assegurados ao(à) Sr(a) o direito a pedir indenizações e a cobertura material para reparação a dano causado pela pesquisa ao participante da pesquisa.

Asseguramos ao(à) Sr(a) o direito de assistência integral gratuita devido a danos diretos/indiretos e imediatos/tardios decorrentes da participação no estudo ao participante, pelo tempo que for necessário.

Garantimos ao(à) Sr(a), caso solicitada, a manutenção do sigilo e da privacidade de sua participação e de seus dados durante todas as fases da pesquisa e posteriormente na divulgação científica.

O(A) Sr(a) pode entrar em contato com o pesquisador responsável Lucas Santos Carmo Cabral a qualquer tempo para informação adicional no endereço da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Praça Santos Andrade, 01 Campus Central (Bloco D, sala 102), Ponta Grossa (PR) – Brasil CEP: 84010-790 ou pelo e-mail lcabral.98@gmail.com.

O(A) Sr(a) também pode entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e com a Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP), quando pertinente.

Este documento (TCLE) será elaborado em duas VIAS, que serão rubricadas em todas as suas páginas, exceto a com as assinaturas, e assinadas ao seu término pelo(a) Sr(a), ou por seu representante legal, e pelo pesquisador responsável, ficando uma via com cada um.

Rubricas _____ (Participante)

Página 2 de 3

_____ (Pesquisador)



CONSENTIMENTO PÓS-INFORMAÇÃO

Li e concordo em participar da pesquisa.

Local: Curitiba, XX/XX/XXXX

Assinatura do Participante

Assinatura do Pesquisador Responsável

Rubricas _____ (Participante)

_____ (Pesquisador)

APÊNDICE C – GUIA PARA AS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS

- Como se organiza o Jornal Plural Curitiba? Como era antes da pandemia e como ficou depois dela? Qual é a situação da sede física?

Tópico utilizado para compreender a organização da equipe do jornal, tanto em seu aspecto físico, quanto no aspecto das hierarquias e funções. Parte dessas informações terão sido percebidas durante a observação participante, mas as perguntas na entrevista servem para checagem dos fatos e para verificar as percepções dos próprios jornalistas sobre o assunto.

- Fale sobre a sua função no Jornal Plural Curitiba.

Pergunta introdutória para identificar o papel ocupado pelo entrevistado na estrutura do jornal.

- Fale sobre a política editorial adotada pelo veículo e sobre o modo como ela é repassada aos repórteres.

Busca identificar percepções do entrevistado sobre a política editorial do Jornal Plural Curitiba e como essas políticas são manifestadas na prática.

- Quais são os modos/formas de comunicação com a equipe.

- Fale sobre o lugar do Plural em relação ao mercado jornalístico local?

Verificar, na opinião dos entrevistados, quais são os veículos que formam uma rede de “competição” com o jornal e como ele se coloca e se diferencia (ou não) desses veículos.

- Fale sobre suas percepções sobre o jornalismo hoje.

Identificar opiniões formadas pelo jornalista sobre o modo como se faz jornalismo hoje e sobre questões caras ao trabalho como a crise, a hiperconcorrência e a desinformação.

- Como é decidida a pauta no Plural? Quais elementos são levados em conta?

Novamente questionando a política editorial do veículo e o modo como ela se transfere para a prática jornalística e para os principais produtores do portal, os repórteres.

- O que é jornalismo para você? E qual é a função do jornalismo hoje?

Identificar visões pessoais acerca da prática jornalística, possivelmente idealizadas pelo jornalista. Acredita-se que essas visões pessoais impactam fortemente naquilo que eles enxergam sobre a política editorial do jornal e o modo como o jornal se coloca. Isso deve ser mais forte nos entrevistados que ocupam cargos de chefia ou no dono do jornal.

- Fale sobre o jornalismo feito pelo Plural.

Estabelecer um contraste, ou não, entre aquilo que se entende por jornalismo (conforme identificado nas últimas questões) e aquilo que é praticado pelo Jornal Plural Curitiba.

- Fale sobre o espaço que a reportagem ocupa no jornalismo de modo geral. E no jornalismo feito pelo Plural?

Perceber o que o jornalista compreende por reportagem e os lugares que ela ocupa no jornalismo contemporâneo. Novamente, é possível que se encontre uma visão idealizada e que isso impacte fortemente naquilo que o jornal pratica diariamente. Essas hipóteses advêm da literatura sobre o “jornalismo alternativo” e a busca dos profissionais por espaços onde eles possam fazer jornalismo de acordo com suas crenças pessoais.

ANEXO A – PRIMEIRO PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE
PONTA GROSSA - UEPG



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: A REPORTAGEM COMO ESTRATÉGIA DE DIFERENCIAÇÃO NA INTERNET: O CASO DO JORNAL PLURAL CURITIBA

Pesquisador: LUCAS SANTOS CARMO CABRAL

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 53127321.0.0000.0105

Instituição Proponente: Universidade Estadual de Ponta Grossa

Patrocinador Principal: Capes Coordenação Aperf Pessoal Nível Superior

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 5.128.352

Apresentação do Projeto:

O projeto "A Reportagem como estratégia de diferenciação na internet: o caso do Plural Curitiba" é um estudo de jornalismo sobre um veículo que produz reportagens na internet. As informações elencadas nos campos "Apresentação do Projeto", "Objetivos da Pesquisa" e "Avaliação dos Riscos e Benefícios" foram retiradas do arquivo Informações Básicas da Pesquisa PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1846047, de 04/11/2021.

Objetivo da Pesquisa:

Estudar as transformações sofridas pela reportagem causadas pelo surgimento e popularização de inovações tecnológicas, principalmente a internet, compreendendo a reportagem como um dispositivo para ajudar a identificar mudanças mais amplas no jornalismo e o Jornal Plural Curitiba como um caso exemplar

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos: "As entrevistas e a observação da redação do Jornal Plural Curitiba não apresentam riscos, já que se tratam de jornalistas conhecidos publicamente, que não estão em situação de vulnerabilidade e não serão expostos a constrangimentos em caso de publicação do material coletado. O autor do trabalho se compromete em esclarecer os objetivos da pesquisa aos participantes, além de zelar pela seriedade do estudo e pelo uso correto das informações compartilhadas pelos entrevistados. Do ponto de vista físico, não existem riscos"

Endereço: Av. Gen. Carlos Cavalcanti, nº 4748. UEPG, Campus Uvaranas, Bloco da Reitoria, sala 22
Bairro: Uvaranas **CEP:** 84.030-900
UF: PR **Município:** PONTA GROSSA
Telefone: (42)3220-3282 **E-mail:** propespsecretaria@uepg.br

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE
PONTA GROSSA - UEPG



Continuação do Parecer: 5.128.352

Benefícios:

Este trabalho traz como benefícios a compreensão das transformações sofridas pelo jornalismo de modo geral e especificamente pela prática da reportagem. Além disso, possibilita uma visão crítica e científica sobre as mudanças no cenário jornalístico da cidade de Curitiba. Portanto, se trata também de uma contribuição para os estudos sobre o jornalismo local/regional, ajudando a entender o ambiente jornalístico no qual estamos envolvidos.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Estudo nacional, unicêntrico, de caso, com entrevistas e observação. Estudo terá início em dezembro de 2021 e termina em março de 2022.

Considerações sobre os Temos de apresentação obrigatória:

Vide campo "Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações".

Recomendações:

Vide campo "Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações".

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

- a) A folha de rosto deve vir assinada por responsável institucional: 1) se for trabalho de graduação, pode ser coordenadora de curso; se de pós-graduação, por coordenadora de PPG ou pró-reitor de pesquisa. O responsável institucional não deve ser participante da pesquisa.
- b) A folha de rosto precisa trazer endereço e contatos do Comitê de Ética em Pesquisa da UEPG.
- c) Ainda que traga no TCLE, autor não indicou entender que "toda pesquisa com seres humanos oferece riscos" ao afirmar nas Informações Básicas do Projeto que não haveria riscos e ou que não haveria riscos físicos. Se o campo (entrevista e observação) ocorrer presencialmente, os proponentes devem indicar que seguirão as orientações dos protocolos de biossegurança para evitar o contágio por COVID-19. Se alguma etapa da pesquisa de campo ocorrer de forma online, indicar cuidados com controle das informações conforme orientações sobre pesquisas virtuais contida na Carta Circular CONEP 02-2021. Ademais, atentar para o risco de exposição de profissionais que têm a imagem e a sua credibilidade como instrumentos de trabalho e que, por informações que possam dispor, possam ser prejudicados em sua carreira profissional, no local de trabalho e ou vida pessoal. O pesquisador precisa demonstrar ciência dos possíveis impactos negativos que sua pesquisa possa gerar e oferecer estratégias para reduzir os riscos.
- d) Falta de Carta de Anuência - Como o veículo jornalístico Plural será co-participante na pesquisa, uma vez que seus profissionais participarão das entrevistas e o pesquisador terá acesso para observação, solicita-se que se apresente uma carta de anuência, indicando que a organização está

Endereço: Av. Gen. Carlos Cavalcanti, nº 4748 - UEPG, Campus Uvaranas, Bloco da Reitoria, sala 22
Bairro: Uvaranas **CEP:** 84.030-900
UF: PR **Município:** PONTA GROSSA
Telefone: (42)3220-3282 **E-mail:** propespsecretaria@uepg.br

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE
PONTA GROSSA - UEPG**



Continuação do Parecer: 5.128.352

ciente que uma pesquisa ocorrerá no seu espaço. Em cumprimento à carta 212/CONEP/CNS de 21/10/2010, as Instituições coparticipantes deverão se manifestar por meio de declaração, contendo obrigatoriamente: • O conhecimento e cumprimento às normas éticas vigentes no Brasil; • Garantia de infraestrutura para a realização segura da pesquisa em suas dependências; • A leitura e a concordância com o parecer ético da instituição proponente; • A autorização de sua realização e assunção da corresponsabilidade, pela realização da pesquisa, com a assinatura do responsável institucional. Deve ainda atender aos seguintes tópicos: a) Papel timbrado da instituição ou carimbo que a identifique b) Citar o título do projeto, do(a) pesquisador(a) responsável c) Explicar o que autoriza: uso do ambiente (Clínica/Laboratório/Escola, etc.) e quais equipamentos/materiais etc. d) nome e cargo (na Instituição). e) Assinatura, com o devido carimbo e) Local e data.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1846047.pdf	04/11/2021 10:55:43		Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLEObservacao.pdf	04/11/2021 10:53:40	LUCAS SANTOS CARMO CABRAL	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLEEntrevista.pdf	04/11/2021 10:53:17	LUCAS SANTOS CARMO CABRAL	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto.pdf	04/11/2021 10:51:37	LUCAS SANTOS CARMO CABRAL	Aceito
Folha de Rosto	folhaderostolucascabral.pdf	03/11/2021 11:37:04	LUCAS SANTOS CARMO CABRAL	Aceito

Situação do Parecer:

Pendente

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

Endereço: Av. Gen. Carlos Cavalcanti, n° 4748. UEPG, Campus Uvaranas, Bloco da Reitoria, sala 22
Bairro: Uvaranas **CEP:** 84.030-900
UF: PR **Município:** PONTA GROSSA
Telefone: (42)3220-3282 **E-mail:** propespsecretaria@uepg.br

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE
PONTA GROSSA - UEPG



Continuação do Parecer: 5.128.352

PONTA GROSSA, 25 de Novembro de 2021

Assinado por:
ULISSES COELHO
(Coordenador(a))

Endereço: Av. Gen. Carlos Cavalcanti, nº 4748 - UEPG, Campus Uvaranas, Bloco da Reitoria, sala 22
Bairro: Uvaranas **CEP:** 84.030-900
UF: PR **Município:** PONTA GROSSA
Telefone: (42)3220-3282 **E-mail:** proespsecretaria@uepg.br

ANEXO B – SEGUNDO PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE
PONTA GROSSA - UEPG



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: A REPORTAGEM COMO ESTRATÉGIA DE DIFERENCIAÇÃO NA INTERNET: O CASO DO JORNAL PLURAL CURITIBA

Pesquisador: LUCAS SANTOS CARMO CABRAL

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 53127321.0.0000.0105

Instituição Proponente: Universidade Estadual de Ponta Grossa

Patrocinador Principal: Capes Coordenação Aperf Pessoal Nível Superior

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 5.158.302

Apresentação do Projeto:

O projeto "A Reportagem como estratégia de diferenciação na internet: o caso do Plural Curitiba" é um estudo de jornalismo sobre um veículo que produz reportagens na internet. As informações elencadas nos campos "Apresentação do Projeto", "Objetivos da Pesquisa" e "Avaliação dos Riscos e Benefícios" foram retiradas do arquivo Informações Básicas da Pesquisa PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1846047

Objetivo da Pesquisa:

Estudar as transformações sofridas pela reportagem causadas pelo surgimento e popularização de inovações tecnológicas, principalmente a internet, compreendendo a reportagem como um dispositivo para ajudar a identificar mudanças mais amplas no jornalismo e o Jornal Plural Curitiba como um caso exemplar

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos: Considera-se que toda pesquisa envolve riscos e que, portanto, eles devem ser avaliados e todas as precauções possíveis devem ser tomadas para evitá-los. Como se trata de um trabalho que entrevista pessoas e observa seus comportamentos em ambientes usualmente compartilhados apenas pelos jornalistas, será solicitada a assinatura do termo de esclarecimento por parte dos participantes, de modo a garantir que todos estão cientes e concordam com a atividade de pesquisa.

Endereço: Av. Gen. Carlos Cavalcanti, nº 4748. UEPG, Campus Uvaranas, Bloco da Reitoria, sala 22
Bairro: Uvaranas **CEP:** 84.030-900
UF: PR **Município:** PONTA GROSSA
Telefone: (42)3220-3282 **E-mail:** propespsecretaria@uepg.br

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE
PONTA GROSSA - UEPG



Continuação do Parecer: 5.158.302

Se tratam de jornalistas, todos acima de 18 anos, já conhecidos publicamente e que não estão em situação de vulnerabilidade, o que reduz os riscos da pesquisa. Todavia, se tratam de profissionais que dependem de sua imagem e credibilidade como um instrumento de trabalho, o que intensifica os riscos apresentados. As informações disponibilizadas por esses profissionais podem causar prejuízos em suas carreiras profissionais ou na vida pessoal.

Por isso, mesmo tendo ciência de que entrevistas e a observação, de modo geral, podem gerar constrangimentos nos participantes, o pesquisador deve tomar um cuidado ainda maior no processo. Por isso, além do termo de esclarecimento, o pesquisador terá noção desse risco durante todo o processo, evitando constrangimentos, agregando e utilizando apenas aquelas informações que são essenciais para a compreensão do objeto analisado. Os dados coletados a partir da observação preservarão a identidade de todos os participantes, trocando seus nomes por pseudônimos ou descrições genéricas de suas funções. Pode-se, ainda, tomar outros cuidados de acordo com a solicitação dos participantes da pesquisa, buscando mantê-los confortáveis com o processo.

Além dos riscos já apresentados, se trata também de um momento de pandemia de Covid-19. As observações participantes serão todas realizadas de maneira virtual, já que é onde se concentra o trabalho do jornal analisado. Porém, pretende-se realizar entrevistas presenciais, tendo em vista que algumas nuances se perdem no contato digital. Durante qualquer eventual encontro presencial, serão respeitados todos os protocolos exigidos,

como o uso de máscaras e distanciamento entre os presentes. Considera-se, ainda, que todos os participantes da pesquisa se encontram vacinados com duas doses contra a Covid-19 e que nos encontramos no melhor momento da pandemia desde seu início, com uma queda de casos e mortes pela doença.

Compreende-se, ainda, que a pesquisa em ambientes digitais apresenta riscos específicos como aqueles apresentados no Ofício Circular Nº 2/2021/CONEP/SECNS/MS. Tendo essa noção, ressalta-se que todas as gravações realizadas em entrevistas on-line serão armazenadas de maneira offline em computador pessoal de uso exclusivo do pesquisador com backup criptografado em HD para maior segurança dos materiais. O único compartilhamento dessas informações poderá ser realizado com o orientador da pesquisa. As reuniões digitais da equipe não serão totalmente gravadas pelo pesquisador, que se ressalva a anotações em seu caderno de campo e eventuais registros visuais em forma de capturas de tela. Os

participantes da pesquisa serão avisadas no caso de qualquer gravação ou captura.

Endereço: Av. Gen. Carlos Cavalcanti, nº 4748. UEPG, Campus Uvaranas, Bloco da Reitoria, sala 22
Bairro: Uvaranas **CEP:** 84.030-900
UF: PR **Município:** PONTA GROSSA
Telefone: (42)3220-3282 **E-mail:** propespsecretaria@uepg.br

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE
PONTA GROSSA - UEPG**



Continuação do Parecer: 5.158.302

Benefícios: A pesquisa estuda um jornal ainda jovem, fundado em 2019, em um contexto conturbado do ambiente jornalístico curitibano. O trabalho pode, portanto, ser útil para o próprio jornal, já que realiza um diagnóstico de sua situação em meio a um contexto de crise jornalística. Considera-se que isso é um benefício. Além disso, será um estudo benéfico para a comunidade jornalística como um todo, já que investiga um momento de incertezas relacionadas à profissão e ao modelo de negócio adotado por veículos. Trata benefícios, ainda, para a comunidade de pesquisadores em jornalismo no Brasil e, mais ainda, no Paraná, já que olha para um ambiente mais específico que é a capital do estado e sua situação em relação ao mercado jornalístico

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Estudo nacional, unicêntrico, de caso, com entrevistas e observação. Estudo terá início em dezembro de 2021 e termina em março de 2022.

Considerações sobre os Temos de apresentação obrigatória:

Vide campo "Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações".

Recomendações:

Vide campo "Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações".

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Sem pendências

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1846047.pdf	03/12/2021 16:57:49		Aceito
Folha de Rosto	FolhaDeRostoOficialAssinada.pdf	03/12/2021 16:56:54	LUCAS SANTOS CARMO CABRAL	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	CartadeAnuencia.jpeg	03/12/2021 16:55:55	LUCAS SANTOS CARMO CABRAL	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	ProjetoLucasCabraLUALIZADO.pdf	03/12/2021 16:52:37	LUCAS SANTOS CARMO CABRAL	Aceito
TCLE / Termos de	TCLEObservacao.pdf	04/11/2021	LUCAS SANTOS	Aceito

Endereço: Av. Gen. Carlos Cavalcanti, nº 4748 - UEPG, Campus Uvaranas, Bloco da Reitoria, sala 22
Bairro: Uvaranas **CEP:** 84.030-900
UF: PR **Município:** PONTA GROSSA
Telefone: (42)3220-3282 **E-mail:** propespsecretaria@uepg.br

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE
PONTA GROSSA - UEPG



Continuação do Parecer: 5.158.302

Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLEReservacao.pdf	10:53:40	CARMO CABRAL	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLEReservacao.pdf	04/11/2021 10:53:17	LUCAS SANTOS CARMO CABRAL	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

PONTA GROSSA, 10 de Dezembro de 2021

Assinado por:
ULISSES COELHO
(Coordenador(a))

Endereço: Av. Gen. Carlos Cavalcanti, nº 4748 - UEPG, Campus Uvaranas, Bloco da Reitoria, sala 22
Bairro: Uvaranas **CEP:** 84.030-900
UF: PR **Município:** PONTA GROSSA
Telefone: (42)3220-3282 **E-mail:** propespsecretaria@uepg.br