

Reportagem e Jornalismo de Proximidade: o caso da revista *Beach&Co* e o Caiçara no Litoral Paulista¹

Bruna Briti Vieira GUIMARÃES²

Faculdades São Sebastião (FASS) e Faculdades Caraguá (FAC) - Grupo Educacional
Cruzeiro do Sul, SP

Resumo

Este artigo resgata conceitos do gênero Reportagem e do Jornalismo de Proximidades praticado na revista *Beach&Co* que circula no Litoral Paulista de 2002 aos dias atuais, especificamente nas matérias que abordam o Caiçara -povo tradicional da região-. A metodologia da Pesquisa Bibliográfica resgatou apontamentos sobre o Jornalismo Comunitário, Cidadão, Soft, a Teoria das Brechas, e a Mídia Local e Regional, tendo como base autores como Lia Seixas, José Salvador Faro, Manuel Carlos Chaparro, Isabelle Melo, Cecília Peruzzo e Carlos Camponez. Concluiu-se que os jornalistas que colaboram com a revista vivem e conhecem a realidade do caiçara, assim o retratando com fidelidade, mas adequando a linguagem persuasiva no texto jornalístico, para vender o destino turístico, o desenvolvimento e a riqueza cultural do litoral.

Palavras-chaves

Jornalismo de Proximidade, Reportagem, Revista Regional, Mídia Impressa no Litoral Paulista e Cultura Caiçara.

Introdução - O “caiçara”, aquele que nasce e vive nas cidades de Caraguatatuba, São Sebastião, Ilhabela e Ubatuba, que sobrevive da pesca, da agricultura, do artesanato e do turismo foi um dos temas estudados nesta tese. Ele vive em pequenas comunidades de forma simples, trabalha de forma coletiva, partilha colheitas e divide pescados, respeita e protege o mar e a mata, de onde tira o seu sustento, preserva sua tradição e cultura por meio de danças, músicas, festividades, artesanato, culinária com base no peixe, banana e mandioca, dentre outras questões. Este povo construiu uma cultura própria, a Caiçara que vem se transformando ao longo do tempo e se adaptando ao desenvolvimento econômico, social e cultural ocorrido no Litoral Norte Paulista.

Até décadas atrás era comum à mídia e a sociedade no geral ver o caiçara como uma pessoa desocupada, que não quer crescer. Soma-se a isto, o significado da palavra caiçara no dicionário³, tido como sinônimo de pessoa indolente, caipira asselvajado, caboclo sem

¹ Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestra e doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Graduada em Jornalismo e tecnólogo em Gestão de Recursos Humanos (em andamento). Atualmente é proprietária da Agência Gentecom de Marketing & Comunicação Integrada, em Caraguatatuba(SP) e professora nas Faculdades São Sebastião (FASS) e Faculdades de Caraguá (FAC), que integram o Grupo Cruzeiro do Sul Educacional. Trabalhou em jornais, revistas e assessorias de imprensa no Litoral Norte Paulista. E-mail: brunajornalista@hotmail.com.

³ **cai.ça.ra** (*tupi kaaysá*) **1** Arvoredo morto, de que ainda restam troncos e forquilhas. **2** Braçada de ramos que se deita na

préstimo, pescador que vive na praia, caipira do litoral, estúpido, vagabundo e malandro. Mais recentemente, movimentos de preservação da cultura regional conseguiram modificar tal significado no dicionário.

Algumas dessas definições generalizadas aparecem na revista *Beach&Co*⁴, que circula de 2002 aos dias atuais nas cidades do Litoral Norte Paulista (Caraguatatuba, São Sebastião, Ubatuba e Ilhabela) e nas cidades da Baixada Santista (Santos, São Vicente, Guarujá, Cubatão, Praia Grande, Bertioga, Peruíbe, Mongaguá e Itanhaém), e que foi objeto de análise neste artigo⁵. O caíçara mostrado na *Beach&Co* é àquele que nasce no litoral; o pescador ou/e maricultor que vive na praia; povo exótico que mora em comunidades isoladas; preserva tradições; produz artesanato e culinária autêntica, etc.

Os jornalistas que escrevem as reportagens sobre Cultura Caiçara na *Beach&Co*, demonstram conhecer os hábitos do povo caíçara, os usando como fontes entrevistadas, e assim praticando parte do Jornalismo de Proximidade.

Portanto, o Jornalismo de Proximidade praticado na *Beach&Co* se aplica somente na rotina de produção da revista, no qual os colaboradores produzem conteúdos regionais e sobre às comunidades caíçaras em que moram e conhecem bem, se diferenciando dos jornalistas que atuam na mídia convencional, pois estes não têm o conhecimento e a vivência dos comunicadores regionais junto aos caíçaras. Por outro lado, a revista não se caracteriza como uma mídia próxima e representativa do caíçara, pois ele não é o público leitor, nem usa a revista como porta voz da comunidade tradicional.

Segundo Sampaio apud Cristina Adams (2000), “a origem do vocábulo vem do Tupi-Guarani caá-içara, termo utilizado para denominar as estacas colocadas em torno das tabas ou aldeias, e o curral feito de galhos de árvores fincados na água para cercar o peixe”. Com o tempo, “passou a ser o nome dado às palhoças construídas nas praias para abrigar

água para atrair peixe. **3** Ramada. **4** Cercado de madeira, à margem de um rio, para embarque de gado. **5** Cerca de paus a pique, em redor de uma roça ou plantação, para obstar a entrada do gado. **6** Curral. **7** Recesso onde se embosca o caçador. **8** Palhoça. **9** Cercado, paliçada. **10** Viveiro para tartarugas. **11** *Caipira asselvajado*. **2** *Caboclo sem préstimo*. **3** *Pescador que vive na praia; caipira do litoral*. **4** *Indivíduo muito estúpido*. **5** *Vagabundo*. **6** *Malandro*.

⁴ A revista *Beach&Co* é editada pelo Grupo Costa Norte de Comunicação. Segundo o proprietário, Ribas Zaidan, em entrevista concedida a autora deste artigo, dos 15 mil exemplares mensais da revista, seis mil são distribuídos na Riviera de São Lourenço, condomínio nobre de Bertioga (cidade sede da revista), onde se concentra grande parte dos anunciantes. Os demais exemplares são distribuídos nas cidades do Litoral Norte e na Baixada Santista. Os leitores da revista são formadores de opinião, profissionais liberais, empresários, políticos, etc. que residem ou/e frequentam o Litoral Paulista e integram preferencialmente as classes A, B e C.

⁵ Este artigo é fruto das pesquisas feitas pela autora em sua tese de doutorado intitulada: “A Cultura Caiçara do Litoral Norte Paulista mostrada na revista *Beach&Co* – Estereótipos do caíçara das cidades de Caraguatatuba, São Sebastião, Ubatuba e Ilhabela em um veículo regional impresso”, defendida e aprovada com a nota 9,0 (nove) em 24 de abril de 2014, perante banca examinadora composta pelo Prof.º Dr.º José Salvador Faro (presidente/orientador UMESP), Prof.ª Dr.ª Marli dos Santos (Titular/UMESP), Prof.º Dr.º Kleber Carrilho (Titular/UMESP), Prof.º Dr.º Roberto Elísio (Titular/USP), Prof.º Dr.º Adolpho C. F. Queiroz (Titular/Mackenzie).

canoas e apetrechos dos pescadores e, mais tarde, para identificar o morador de Cananeia”. (FUNDAÇÃO SOS MATA ATLÂNTICA, 1992).

Depois a palavra caiçara denominou as pessoas nascidas em comunidades do Litoral Sul do estado do Rio de Janeiro, do Litoral Norte e Sul do Estado de São Paulo e do Litoral Norte do estado do Paraná (DIEGUES, 1988). Cristina Adams (2000), afirma que apesar do litoral brasileiro ser extenso e ter sido a principal área de povoamento após o descobrimento do Brasil, há semelhanças no modo de vida dos habitantes praianos das regiões do Sudeste e Sul, com os habitantes do Norte e Nordeste, estes últimos registram a presença de ribeirinhos e outros povos que sobrevivem as margens de rios e lagoas.

Duas particularidades levantadas por Cristina (ADAMS, 1996; MUSSOLINI, 1980) que diferenciam o caiçara do litoral do Sudeste e Sul com os habitantes de outras regiões do país foram: a mudança de parte da população litorânea do Sul e Sudeste devido ao povoamento que avançou para as cidades interioranas; e a segunda, o não estabelecimento de imigrantes até a primeira metade do século passado (1900 a 1950), ficando o litoral carente de influências culturais externas. Isto revela que até os anos de 1950, os caiçaras mantiveram sua cultura e seu modo de vida sem interferências externas.

Este artigo tem como metodologia a Pesquisa Bibliográfica, por meio do resgate de vários autores que estudaram o gênero jornalístico Reportagem, o Jornalismo de Proximidade, Cidadão, Comunitário, Cívico e a Mídia Local e Regional.

O gênero jornalístico Reportagem - Lia Seixas (2009), em sua tese de doutorado, buscou uma redefinição dos gêneros jornalísticos nos impressos e no meio digital, recorrendo a estudos de pesquisadores espanhóis, americanos, franceses e também de brasileiros como Luiz Beltrão, José Marques de Melo, Manuel Carlos Chaparro e outros.

Na classificação de Marques de Melo, o gênero reportagem é considerado “informativo”, assim como a nota, a notícia e a entrevista. Há também o gênero opinativo como editorial, artigo, fotografia, ilustração, crônica, charge, caricatura e colaboração do leitor. Posteriormente, estes autores redefiniram os gêneros em: informativo, interpretativo, opinativo, diversional e utilitário.

Sobre o gênero reportagem praticado em revista, Lia (SEIXAS, 2009, p.68) considera que “a revista, consolidada como o produto de reportagens, era o meio onde mais se experimentava a contextualização, o aprofundamento, os dados comparativos, técnicas que, em princípio, não eram diferentes daquelas utilizadas para produção de uma notícia”.

Nos apontamentos finais da tese, Lia Seixas (2009, p.316-317) propôs critérios de definição de gênero discursivo do jornalismo na atualidade que combinam a lógica enunciativa, a força argumentativa, a identidade discursiva e as potencialidades da mídia, características bem mais amplas do que as tidas pelos autores brasileiros.

Outro autor que classificou os textos jornalísticos de acordo com suas estruturas, narrativa e argumentativa, conceituando primeiro a notícia e depois a reportagem foi Manuel Carlos Chaparro (1998).

Notícia é o resumo informativo para a descrição jornalística de um fato relevante que se esgota em si mesmo, e para cuja compreensão bastam as informações que o próprio fato contém. A partir do entendimento do que seja notícia, podemos então definir **Reportagem** como o relato jornalístico que expande a Notícia, para desvendamentos ou explicações que tornam mais ampla a atribuição de significados a acontecimentos ocorridos ou em processo de ocorrência. Nesse sentido, desvenda contextos de situações, falas, fatos, atos, saberes e serviços que alteram, definem, explicam ou questionam a atualidade. (CHAPARRO, 1998, p.125).

Já José Salvador Faro, no artigo científico: “Reportagem: na fronteira do tempo e da cultura”, analisa a dupla dimensão da reportagem como gênero jornalístico e como prática narrativa que transcende o tempo presente. Ele constata que o repórter que pratica a reportagem desvenda elementos culturais e torna seu trabalho um registro do mundo atual.

O professor Faro afirma que a reportagem não é apenas um relato aprofundado de um acontecimento, mas que a sensibilidade dos repórteres e dos editores faz diferença na produção, apuração e checagem de dados.

[...] a sensibilidade dos repórteres e dos editores percebe a potencialidade de uma história que mereça ser narrada em todas as suas dimensões, ela integra indiscutivelmente o universo operacional e etiológico das razões de ser da própria imprensa: apuração, checagem das fontes, confronto de informações, contextualização e competência descritiva do profissional. Sob esse aspecto, contar toda a história de um acontecimento converge para a própria essência do Jornalismo, mas de forma específica e fortemente relacionada com o compromisso público do repórter e com toda a amplitude social de seu ofício, pois que ela está vinculada à perspectiva vertical com que os fatos precisam ser narrados para que recuperem e tenham inserção nos processos de *partilhamento simbólico*. Os fatos não falam por si, exceto na medida em que são conduzidos nas suas interações pela composição da lógica analítica e pelos desdobramentos que essa lógica adquire na esfera pública. É como se pode definir o partilhamento simbólico referido acima. (FARO, 2013, p.77)

Faro argumenta que no Jornalismo, a prática da reportagem assegura a integridade de registro comprometido com a factualidade. Ele confirma que:

[...] a apuração jornalística na confecção da reportagem acabou inscrevendo na esfera pública um instrumento valioso de cognição, argumentação e de deliberação que não se perde na sua essência mesmo quando uma suposta *crise geral das narrativas* (entre elas, o gênero de que nos ocupamos aqui) é apontada como incontornável e definitiva. Mais que isso: com a constatação ou não de uma mudança nos padrões de leitura do público, a prática da investigação jornalística trouxe para dentro da imprensa um centro de gravitação que a tem sustentado de forma permanente, como herança de seu *habitus* e mesmo como alternativa de sobrevivência. (FARO, 2013, p.78).

Ele entende que pela reportagem “é possível entender o exercício da narrativa do repórter como um processo que transmite informações numa sequência de encadeamentos que resultam em nexos, em articulação formalmente lógica que alimenta e instrui a cognição sobre o real”. (FARO, 2013, p.78).

Uma narrativa, portanto, é uma história, e esse é o seu aspecto universal; mas a narrativa jornalística de alta densidade investigativa é uma história que se desenrola em torno de elementos objetivos que se mesclam com a subjetividade do repórter, fato que a distingue de outras formas de narrar. Ela supõe um conjunto racional de causalidades e um outro conjunto racional dedutivo e criador em torno da massa de acontecimentos que explicam seus efeitos, painel com o qual o profissional estará irremediavelmente comprometido já que a ele não é permitida a evasão do real ou a reinvenção da realidade como acontece com o ofício da criação ficcional; mas também a ele não é dada a prerrogativa de ignorar a potencialidade e a intensidade dramática dos fatos. (FARO, 2013, p.78).

Nas reportagens da *Beach&Co*, constata-se que a narrativa jornalística se mescla com a subjetividade do repórter. José Salvador Faro (2013, p.78-79) confirma: “a reportagem emerge como integrante da história da cultura e como tal dotada de uma complexidade fenomênica que a subtrai do presente e a leva para o território da construção mítica atemporal, dos arquétipos”, isto tudo configura a experiência do repórter com os fatos investigados. E com a definição do gênero Reportagem e suas nuances, passa-se ao Jornalismo de Proximidade,

Jornalismo de Proximidade - A jornalista e professora Isabelle Anchieta de Melo (2007) publicou artigo no Observatório da Imprensa propondo o debate sobre as singularidades do jornalismo produzido no interior do país. Ela acredita que o jornalista “de proximidade” tem diferentes formas de entrevistar, apurar e produzir texto, diferenciando do jornalismo praticado nos grandes centros urbanos. “É importante pesquisar e produzir conhecimento sobre o assunto para que possamos reivindicar uma identidade, uma história e um lugar próprio”.

Isabelle Melo (2007) acredita que a característica mais marcante do jornalismo de interior (conhecido como jornalismo regional/local) seja a “proximidade”.

No interior, o jornalista conhece as pessoas que descreve. Interage com elas o tempo todo no espaço da cidade, mantendo contatos de maior ou menor proximidade. O importante a ser ressaltado aqui é isso: ao escrever, o jornalista, ao contrário do profissional da capital, conhece “algo a mais” sobre as pessoas que descreve. E esse “algo a mais” refere-se às nuances da personalidade dessa pessoa; às várias expressões de suas feições; a seus casos de família; aos aspectos polêmicos e banais que constituem essa história singular; à sua rotina na cidade; às roupas que costuma usar; a seus dias de bom e mau humor; à grandeza e mesquinhez de alguns de seus atos. Ou seja, tem uma informação que a compressão do tempo no amplo espaço dos grandes centros inviabiliza: a de conhecer a complexidade que envolve esse ser humano; fonte de suas matérias. (MELO, 2007, online).

Os jornalistas que colaboram com a revista conhecem esse “algo a mais” dos caixas e demais fontes que compõem as reportagens. Portanto, a citação se aplica ao que é praticado na *Beach&Co*. Sobre o relacionamento do repórter com a fonte, Isabelle explica:

O jornalista do interior conhece também as cenas urbanas onde os fatos se dão: as ruas, as praças -as casas, mais do que compõem a cidade, compõem a constituição de sua história pessoal nesse espaço. O barzinho que está nas capas dos jornais, local de um assassinato, é o mesmo que frequenta com os amigos. A praça que será o palco para a apresentação de uma peça teatral é a mesma onde este ou esta jornalista brincou quando criança e namorou quando adolescente. O parque florestal que foi alagado pela chuva é o espaço onde costuma fazer sua caminhada matinal. Na capital, ao contrário, o jornalista muitas vezes nunca sequer viu a pessoa que irá entrevistar; muito menos conhece toda a dimensão espacial de sua cidade (suas inúmeras ruas, praças, casas e lojas). E isso marca uma enorme diferença na forma de se relacionar com as fontes, de perceber a notícia, de interpretar suas nuances e, por fim, descrevê-las. (MELO, 2007, online).

Esta proximidade entre repórter e fonte tem seu lado positivo e negativo. O positivo é a facilidade de acesso imediato e próximo com as fontes; e o negativo, a “cobrança” da fonte, de forma direta e frequente, para a publicação da matéria por parte do repórter, entre outras questões. Outro aspecto interessante é que no interior, o jornalista “não dispõe aparentemente de fatos que são considerados notícias como na capital, onde, na verdade, o jornalista tem de escolher e selecionar o que será notícia, dada a quantidade de fatos que irrompem todos os dias”. (MELO, 2007, online).

“Definir notícia apenas como o fato -assassinatos, roubos, acidentes ou catástrofes- é anunciar uma forma de ver o mundo que foca um aspecto do real e desloca todo o resto”. Neste sentido, o repórter do interior precisa encontrar/ver o “diferente” nas ações “comuns” do cotidiano. Sendo assim, o jornalismo no interior valoriza muito a cultura local.

Várias pautas sobre o caiçara na *Beach&Co* tiveram como origem este “olhar diferenciado” do repórter sobre a comunidade, como por exemplo, nas reportagens sobre a canoa de voga e as capelas caiçaras cujo foco foi comportamental/histórico (não havia novidade no fato). Ve-se também outra parte das reportagens serem pautadas por fatos previstos como aniversários de emancipação política das cidades, eventos gastronômicos, cobertura jornalística de congressos de preservação da cultura tradicional etc.

Segundo Isabelle Melo, alguns fatores que interferem negativamente no processo de agendamento da mídia, como: o tempo de exposição ao tema; a proximidade geográfica que faz com que temas nacionais e internacionais tenham mais entrada na agenda pública por “atingirem” o maior número de pessoas, visto que os temas locais são inseridos apenas na agenda pública local, que tem menor influência midiática; a natureza e conteúdo dos temas abordados; a credibilidade da fonte de informação; a audiência; e a comunicação interpessoal.

[...] no interior, o público, se comparado com o do capital, possui uma dependência menor da mídia. As pessoas conhecem os fatos noticiados e as fontes representadas nos jornais, possuindo redes transversais de informação que não estão restritas às representações oferecidas pela mídia. Por isso, tornam-se mais críticos, participativos e exigentes quanto à representação de mundo dada pelo jornal, já que possuem outras referências de confirmação dos fatos. O jornal [*a revista*] não é a única forma de construção das realidades, mas antes elas já estão em curso nestas sociedades. E mais do que experimentar o fato de forma direta, as pessoas no interior possuem uma segunda possibilidade: a de formar sua opinião em diálogo com outras pessoas, sendo elas também fontes de informações sobre os fatos. A comunicação interpessoal é também um diferencial da comunicação no interior, o que reorienta completamente o papel e a função da mídia nesses contextos. (MELO, 2007, online - grifos da autora).

Neste sentido, a mídia do interior deve atuar de maneira responsável e ética para poder desfrutar da credibilidade dos moradores, pois eles são críticos, participativos e exigentes. No caso dos leitores da *Beach&Co*, o que se observou na coluna Cartas de Leitor foi que eles são participativos, tanto para parabenizar os assuntos abordados na revista, como para chamar atenção dos erros cometidos pela publicação, além de sugerirem pautas.

Assim, além de ter uma responsabilidade maior na apuração dos fatos (já que é acompanhado de perto pelo público), o jornal do interior possui um outro diferencial. Como as pessoas estão próximas dos fatos e de outras fontes de informação, elas possuem muitas vezes a informação antes mesmo que seja publicada no jornal. Isso muda a própria função do jornal [*ou da revista*]. Pois, enquanto na capital o jornal [*a revista*] é aquele que vem apresentar os fatos pela primeira vez, no interior o jornal [*a revista*] vem precisar uma informação que já circula em forma de boato. Sua função não

é dizer, mas legitimar. (MELO, 2007, online - grifos da autora).

O que as pessoas buscam na mídia do interior é confirmar “o já sabido”, ter detalhes adicionais sobre o fato, portanto querem a precisão nos detalhes. “O que pede um trabalho investigativo e interpretativo no jornalismo regional e que ainda não é uma realidade no noticiário local”. (MELO, 2007, online). Neste quesito, a autora do artigo discorda de Isabelle Melo, pois na *Beach&Co* o tempo de apuração das matérias (mensal e não diário como nos jornais regionais) é suficiente para que haja precisão nos dados divulgados.

Há, por fim, a necessidade de treinar o olhar para perceber a riqueza humana, explorar as artes dos fazeres cotidianos e entender a dinâmica social, política e econômica própria da cidade para o jornalismo regional. Que tem ainda de enfrentar uma série de desafios, como a falta de infraestrutura técnica para o trabalho e, mais grave, a falta de profissionalização dos jornalistas e consequente transgressão ética de uma série de valores da profissão. [...] por ser o jornalismo uma força agregadora, organizadora e, principalmente, um instrumento que diz e conforma o mundo, é que devemos ter mais responsabilidade com a notícia e não reproduzi-la dentro de um modelo que não condiz com a realidade do interior. Fazer jornalismo é fazer história. É intervir e colocar questões. É agregar a sociedade e dizer quem ela é: sua cultura, seu povo, suas artes e, claro, seus conflitos, seus preconceitos e valores. O jornal [*a revista*] do interior deve ser o palco, ora do conflito, ora da integração dessa sociedade em que se baseia, sendo um elemento fundamental tanto para contar sua história como para intervir nela. (MELO, 2007, online - grifos da autora).

A revista *Beach&Co* contribui para mostrar a “*cultura, seu povo, suas artes e, claro, seus conflitos*”, presentes no litoral paulista. A revista faz algumas intervenções na realidade da região. Por exemplo, na reportagem “Memórias do Chão Caiçara”, os entrevistados e a repórter Rosangela Falato, “clamaram” para a importância da permanência da cultura tradicional, bem como mostra que a preservação vem sendo feita por ONGs e pessoas da comunidade.

O artigo de Isabelle Melo referenciou um dos principais livros sobre o assunto, intitulado “Jornalismo de proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional” (Coimbra: Minerva), do pesquisador português Carlos Camponez (2002)⁶, também citado pela professora Cicília Peruzzo (2003) no artigo “Mídia local, uma mídia de proximidade”.

Segundo Peruzzo (2003, p.67), as mídias locais e regionais [que inclui as revistas regionais segmentadas] estão sendo revigoradas no processo atual de globalização das comunicações. Isto acontece porque os cidadãos “reivindicam o direito à diferença.

⁶ O livro de Camponez não foi localizado para venda em livrarias brasileiras, mas a autora deste artigo o encomendou da editora portuguesa, o recebeu e leu.

Apreciam as vantagens da globalização, mas também querem ver as coisas do seu lugar, de sua história e de sua cultura expressas dos meios de comunicação ao seu alcance”.

Cicília explica que a mídia local/regional não é definida pelas fronteiras territoriais ou geográficas, mas pela inclusão de territórios de base cultural, ideológica, de idioma, de circulação da informação, etc. Outra questão abordada por Cicília Peruzzo foi o fato de a internet ter rompido a noção de território geográfico.

O local se caracteriza como um espaço vivido em que há elos de proximidade e familiaridade, os quais ocorrem por relacionamentos (econômicos, políticos, vizinhança etc.) e laços de identidades os mais diversos, desde uma história em comum, até a partilha dos costumes, condições de existência e conteúdos simbólicos, e não simplesmente em decorrência de demarcações geográficas. É certo que o local evoca “aquilo que se pode ver, tocar, aprender e, portanto, ser compreendido. Sem dúvida, é desde os espaços locais que se definem os contornos da vida diária, onde se constrói a personalidade social e onde se faz a aprendizagem social”. (LÓPEZ GARCIA, 1999, p.247). No entanto, o local é inter-relacionável e prescinde da presença física durante todo o tempo. (PERUZZO, 2003, p.69).

São nos espaços dos bairros e das comunidades habitadas por caiçaras que os repórteres da *Beach&Co* produzem as reportagens. É ali que podem vivenciar e comprovar os hábitos, valores e características do caiçara. Segundo Cicília, há elementos culturais, sociais, políticos e econômicos que se interconectam na relação do local com o nacional e o global. “Há elementos em comum, mas também aqueles que são distintos. Noção válida tanto nas relações local-regional, como entre o local e comunitário. Mas, no fundo o local representa aquilo que está mais próximo do cidadão”. (PERUZZO, 2003, p.69).

Cicília Peruzzo (2003, p.70) explicou a diferença entre o local e o comunitário.

Do ponto de vista objetivo comunidade se situa dentro de um espaço local, no entanto, o local é sempre mais amplo e diversificado. Na comunidade os vínculos são mais estreitos. Há laços mais fortes de identidades entre as pessoas, os sentimentos de cooperação e de pertença são mais intensos; há participação ativa e mais interação entre os membros de uma comunidade do que no espaço local. Enfim, numa comunidade há uma conjugação de interesses em comum, o que não necessariamente acontece num espaço local. (PERUZZO, 2003, p.70).

O termo “comunidade” aparece com mais frequência na revista *Beach&Co* ao citar as “comunidades tradicionais” de Ilhabela, conhecidas como “isoladas”, pois o acesso é feito por trilha ou pelo mar. Também se apresentam nas comunidades de Picinguaba, Camburi e outras de Ubatuba, na divisa com Paraty/RJ. Nestas duas cidades, os caiçaras foram localizados pelos bairros em que moram e não a pertencerem a comunidades

específicas. A autora acredita que a questão de nomenclatura “comunidade” não altera o sentimento de “pertencimento” dos caiçaras aos locais em que habitam, pois estes geralmente estão próximos ao mar e a terra, fatores estes imprescindíveis para a compreensão do modo de vida caiçara.

Cicília Peruzzo (2003, p.70) aborda também as contradições nos jornais do interior.

Também não pode ser menosprezada a importância dos jornais do Interior, meios de comunicação que ao longo dos anos vem persistindo na função de portadores de informação local, mesmo expressando algumas contradições, como as a seguir explicitadas: a) Há a tendência de alinhamento às forças políticas locais no exercício do poder, o que lhes compromete a autonomia e os desviam do interesse no aperfeiçoamento da qualidade da informação prestada ao público; b) Em geral a imprensa do Interior não dispõe de infraestrutura moderna, nem de mão-de-obra qualificada em quantidade suficiente para cobrir os acontecimentos em nível local. Dificuldade que tende a ser usada como argumento para justificar a não cobertura sistemática in loco de acontecimentos da região e do aproveitamento acentuado de press-releases enviados pelos setores governamental e legislativo. No entanto, se tal circunstância é estratégica, ou seja se o interesse de seus proprietários é justamente sobreviver usufruindo das verbas públicas, ou se o jornalismo local não comportaria investimentos para se oferecer uma informação de qualidade, dependeria de uma avaliação de cada caso específico. (PERUZZO, 2003, p.73).

Aqui, a autora do artigo verificou semelhanças com o que ocorre na revista *Beach&Co*, no sentido do conteúdo jornalístico e da linha editorial se “*alinham às forças políticas locais no exercício do poder*”, pois os prefeitos do mesmo partido político (PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira) do proprietário da revista serem anunciantes da publicação e “em troca” querem ver as “belezas e desenvolvimento” da cidade estampados nas páginas impressas. Referente a frase: “*não dispor de infraestrutura moderna, nem de mão-de-obra qualificada em quantidade suficiente para cobrir os acontecimentos em nível local*”. No caso da *Beach&Co*, cerca de 90% do material da revista é produzido por colaboradores sem vínculo empregatício com o Grupo Costa Norte de Comunicação. A revista tem apenas a editora Eleni Nogueira como funcionária registrada. Uma forma de diminuir custos com encargos trabalhistas junto aos colaboradores que são jornalistas diplomados e não diplomados.

Já o uso do press-release não é frequente na *Beach&Co*. O que ocorre é a produção de matérias encomendadas pela editora da revista em ocasião dos aniversários de emancipação política das cidades do litoral paulista. Verifica-se que os textos são editados e apurados, mesmo com algumas informações contidas nos press-releases.

A professora Cicília Peruzzo também refletiu sobre a segmentação de veículos de comunicação regionais. “Descobriu-se o local/regional como nicho de mercado, um segmento com potencial de rentabilidade alta e ainda pouco explorado comercialmente”. (PERUZZO, 2003, p.73). Uma das vantagens dos veículos regionais é possibilitar que o anunciante local veicule sua publicidade nos meios de comunicação locais/regionais de forma mais barato do que nos veículos de circulação nacional

Cicília Peruzzo (2003, p.76-77) explicou que há diferentes tipos de meios de comunicação local e regional, dentre eles “revistas periódicas de circulação local ou regional”. Ela afirma que a mídia local não é homogênea e as diferentes estratégias editoriais influenciam no tipo de inserção na cidade ou na região. “Há ainda o aspecto da variedade de suportes utilizados, que vão do meio tradicional impresso às tecnologias de radiodifusão e digitais”.

Cicília citou em seu artigo científico o estudo de Gabriel Ringlet (apud CAMPONEZ, 2002, p.101-102), que verificou diferenças na inserção regional da imprensa classificando-as como “verdadeiramente local”, “semi-local”, “local comprometido (engajado)” e o “falso local”. O estudo teve com base 13 jornais locais da Bélgica e da França, e “com as devidas diferenças, na imprensa regional brasileira estes tipos de inserção também se verificam”.

Nas palavras de Carlos Camponez (2002, p.100-103), o “verdadeiro local” seria quando o local é esmiuçado, detalhado, ou seja, quando a política editorial se assenta na tática de ocupação do terreno. As tendências jornalísticas, neste tipo de imprensa, podem variar de popular sensacionalista a características de sobriedade, com ênfase em notícias relativas a eventos culturais e políticos. O “semi-local” seria o local hesitante. O local se integra mais como lógica comercial, de busca de públicos mais diversificados, do que de uma verdadeira vocação regional. O público é sobretudo nacional e, por isso, a informação local está subordinada ao restante do conteúdo. [...] O “local comprometido” ou “engajado”, [apud RINGLET] é representado pela imprensa alternativa, partidária e sindical. O “falso local” é caracterizado por um tipo de imprensa de caráter sensacionalista ou recreativo, mais preocupada em vender a sua manchete do que o seu local. (PERUZZO, 2003, p.78).

Cicília indica técnicas usadas pela mídia local para terem credibilidade, com base em pesquisas de Renato Ortiz e Alain Bourdin:

a) Proximidade: o sentido de proximidade diz respeito à noção de pertencimento, ou dos vínculos existentes entre pessoas que partilham de um cotidiano e de interesses em comum; b) Singularidade: cada localidade possui aspectos específicos, tais como a sua história, os costumes, valores, problemas, língua etc., o que no entanto, não dá ao local um caráter

homogêneo; c) Diversidade: o local comporta múltiplas diferenças e a força das pequenas unidades; d) Familiaridade: constituída a partir das identidades e raízes históricas e culturais. [...] As identidades giram em torno de raízes e refletem um campo comum de significados a um determinado número de pessoas. (PERUZZO, 2003, p.78).

Portanto, o conceito de proximidade encaixa-se neste artigo, pois nas comunidades caiçaras mostradas na *Beach&Co* existe “a noção de pertencimento, dos vínculos existentes entre pessoas que partilham de um cotidiano e de interesses em comum”. Abaixo, outras questões de “proximidade” levantadas pela professora Peruzzo.

O diferencial básico dos meios de comunicação locais é a noção de proximidade que eles imprimem em suas práticas e nas políticas editoriais. Proximidade significa ligação, sintonia e compromisso com o mundo vivido pelos receptores. A mídia local comporta expressar uma comunicação que se alimenta dos acontecimentos, temas e elementos da cultura que dizem respeito mais diretamente à vida de um determinado segmento da população ou de uma determinada localidade. Portanto, as mídias local e comunitária reúnem a potencialidade de desenvolver um jornalismo de proximidade. Segundo Orlando Raimundo (apud CAMPONEZ, 2002, p.117-118), a noção de proximidade tem como centro o indivíduo e pode se desenvolver em diferentes perspectivas, como a geográfica, temporal, psico-afetiva e social. A proximidade temporal marca a distância do leitor face ao momento em que se deram os acontecimentos (ontem, hoje, na história). A proximidade geográfica começa no acontecimento da rua, do bairro e alarga-se à região, ao país.... A proximidade social diz respeito a temáticas relacionadas com a família, a profissão, a classe social, a religião, a ideologia ou a política. Por fim, a proximidade psico-afetiva integra valores como o sexo, a vida e a morte, a segurança, o dinheiro e o destino. (PERUZZO, 2003, p.79-80).

Os repórteres da *Beach&Co*, centrados na proximidade com sua fonte, o caiçara, praticaram as diferentes perspectivas de proximidade como a geográfica, temporal, psico-afetiva e social. Além da “proximidade”, outros valores-notícia citados por Peruzzo foram à novidade, atualidade, pressuposição, consonância, relevância, negatividade, e ainda:

A vocação local como intencionalidade é um dos critérios para definição da imprensa regional sugeridos por Juan Macia Mercadé (apud CAMPONEZ, 2002, p.109). No conjunto estes critérios são: “o caráter geográfico na definição de informação local; a sede territorial da publicação; o seu âmbito de difusão e cobertura; a vocação e intencionalidade da publicação; o tratamento dado aos conteúdos; a percepção do jornal sobre o leitor; a relação com as fontes de informação institucionais”. (PERUZZO, 2003, p.81).

Referindo-se ao jornalismo, Carlos Camponez (apud PERUZZO), confirmou que:

proximidade já não se mede em metros. Devemos estar preparados para conceber a produção de conteúdos que, embora longe de nossas casas, nos

são próximos, bem como para assistir à produção nas regiões de conteúdos tão homogêneos e massificadores quanto os das grandes corporações de mídia. [...] Não é a proximidade geográfica que, por si só, faz o mídia regional. (CAMPONEZ apud PERUZZO, 2003, p.81).

Alguns motivos para os veículos locais atuarem de maneira responsável e ética, para desfrutar de credibilidade local, segundo Peruzzo (2003, p.82) é: conhecer os atores em cena, seus vínculos políticos e intenções; investigar os acontecimentos e conhecer suas causas e desdobramentos; perceber a omissão ou a manipulação de informações por parte das fontes entrevistados pessoalmente.

Segundo Camponez (apud PERUZZO, 2003, p.82), o jornalista não deve apenas resumir os fatos que observa na comunidade, mas sim abordar o jornalismo cívico⁷, entre os cidadãos. “E esse esforço obriga-o a cultivar a proximidade. [...] O cidadão de que nos falamos [...] é o cidadão com problemas concretos, com um olhar próprio da realidade que o rodeia. É o cidadão localizado”. Neste sentido, os espaços local e regional são perfeitos para a prática do jornalismo de proximidade, permitindo uma relação de convívio entre repórter e fonte, “na captação dos assuntos, angústias, alegrias e interpretações que dizem respeito mais diretamente à vida dos cidadãos e das comunidades”. Este jornalismo descrito por Camponez se compromete com seu entorno e com o interesse público, é um jornalismo de qualidade e pelo bem da coletividade, com ética e informação de interesse público.

O Jornalismo Cidadão não se aplica à *Beach&Co*, pois ela não representa o caçara, ele não se esforça a cultivar a proximidade com as comunidades tradicionais, portanto é uma mídia especializada e meramente comercial.

Conclusão - Dentre os gêneros jornalísticos presentes na *Beach&Co*, a reportagem se destacou pois mostrou ao leitor um Litoral Paulista pouco conhecido (de belezas, atrativos, investimentos, curiosidades). A revista evidenciou um cenário promissor, de maneira otimista e objetiva, mostrando o âmbito econômico, e incluindo a cultura, a identidade regional e as riquezas nativas em suas páginas.

Embora seu conteúdo interno seja predominantemente dedicado à publicidade, de 40 a 50%, seu jornalismo de sotaque regional equilibrou a prestação de serviço de opinião e de informação. Ressalta-se que houve uma mescla constante de formatos e gêneros na

⁷ Outra pesquisadora que se dedica aos estudos do jornalismo cidadão e participativo é Mônica Pegurer Caprino, professora da Universidade Municipal de São Caetano do Sul e pesquisadora do Núcleo de Estudos em Comunicação e Inovação – NECI, é graduada em Jornalismo e Letras pela USP e doutora em Ciências da Comunicação pela Unesp, onde também leciona.

linguagem na revista, o que ficou evidente em matérias que trazem receitas de comida, dicas, conselhos, endereços, remetendo ao jornalismo utilitário. Também as seções dedicadas ao consumo de produtos e acessórios, como vestuário e perfumaria, por exemplo, levaram assinatura de especialistas ou nomes reconhecidos na região, de forma a avaliar o serviço que prestam. O gênero opinativo se fez presente no Editorial e nas Cartas dos Leitores.

Verificou-se que o colaborador até buscou escrever o texto de forma diferente, mas ele teve por obrigação da linha editorial da revista, que atrair o público turista para conhecer o lugar. O discurso então foi persuasivo e publicitário, muitas vezes abandonando o jornalismo. Isto ocorre porque o Turismo é fonte de sobrevivência não só do caiçara, mas do empresário e do político que investem na cidade. Também se reflete no discurso da revista o poder público como provedor, aquele que ampara e que pode oferecer melhores condições ao caiçara.

O caiçara foi entendido como um detentor de cultura não genuína, pois as culturas evoluem e por isto se chama Cultura, porque é dinâmica. A cultura do caiçara também se transformou. A *Beach&Co* usa o caiçara para enfatizar e justificar ao turista/veranista leitor, a beleza, os atrativos e o turismo no Litoral Paulista, sendo ele um protagonista e não personagem principal nas pautas da revista. Foi usado como subproduto da mídia e do Turismo, este último movimentando a economia na região. A revista usou o caiçara com o “interesse” de agradar anunciantes e leitores das classes alta e média, e não se constitui um veículo genuinamente “do” e “para” o caiçara.

O caiçara não encontrou motivos para se orgulhar ou se ver representado nesta publicação, pois a *Beach&Co* não deu voz e vez as virtudes e aos problemas enfrentados pelos caiçaras, considerando o nativo do litoral “mais um” dos moradores da região, equiparando-os aos demais, sejam eles migrantes de outras regiões do país ou não.

Uma publicação jornalisticamente bem produzida e que mantém 90% de colaboradores *free lances*. Com textos persuasivos que buscam vender a boa imagem do desenvolvimento (a todo custo) do Litoral Paulista e consolidar a marca da empresa (Grupo Costa Norte de Comunicação), com interesses meramente institucionais e econômicos, unindo esforços e pautas para justificar o seu fim, que é agradar o público leitor. Assim, a *Beach&Co*, não se tornou porta voz das comunidades do Litoral Norte Paulista, pois não provocou identificação com o público caiçara.

Referências Bibliográficas

ADAMS, Cristina. As populações caiçaras e o mito do bom selvagem: necessidade de uma nova abordagem interdisciplinar. In: **Revista de Antropologia**, vol. 43, n.1, São Paulo, 2000. Disponível em: www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-77012000000100005&script=sci_arttext. Acesso em: fev.2010.

_____. **Caiçaras na Mata Atlântica: pesquisa científica versus planejamento e gestão ambiental**. Dissertação de Mestrado defendida no Curso de Pós-Graduação em Ciência Ambiental (PROCAM-USP), São Paulo, 1996.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de Proximidade**. Rituais de comunicação na imprensa regional. Coimbra/Portugal: Edições Minerva Coimbra, 2002.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d'aquém e d'além mar**. Santarém/Portugal: Jortejo, 1998.

DIEGUES, Antônio Carlos Sant'Ana (org.). **Diversidade biológica e culturas tradicionais litorâneas: o caso das comunidades caiçaras**. São Paulo: NUPAUB-USP, Série Documentos e Relatórios de Pesquisa, n.5, 1988.

FARO, José Salvador. **Reportagem: na fronteira do tempo e da cultura**. In: Revista Verso e Reverso XXVII. Rio Grande do Sul: Unisinos, 2013.

FUNDAÇÃO SOS MATA ATLÂNTICA. **Dossiê Mata Atlântica 1992**. São Paulo, 1992.

MICHAELIS MODERNO DICIONÁRIO DA LÍNGUA PORTUGUESA. Disponível em: michaelis.uol.com.br. Acesso em: jun. 2013.

MUSSOLINI, Gioconda. **Ensaio de Antropologia Indígena e Caiçara**. Paz e Terra, 1980.
SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos: Proposta de novos critérios de classificação**. Covilhã/Espanha: Labcom, 2009, 369 p.

MELO, Isabelle Anchieta de. **Um jornalismo de proximidade**. Publicado em 03/04/2007, na edição 427 do Portal Observatório da Imprensa. Disponível em: observatoriodaimprensa.com.br/news/view/um_jornalismo_de_proximidade. Acesso em: dez.2013.

PERUZZO, Cicilia M. **Mídia local, uma mídia de proximidade**. In: FLORY, Suely Fadul (org.). Comunicação: Veredas. Revista do programa de Pós-Graduação em Comunicação. São Paulo. Ed: Unimar, Ano II, nº 02, nov. 2003. Disponível em: www.unimar.br/pos/rev_D/comunicacao%20II%20%20miolo.pdf. Acesso em dez.2013.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos: Proposta de novos critérios de classificação**. Covilhã/Espanha: Labcom, 2009, 369p.