

Reportagem em Narrativa Vertical: Experiências, Métodos e Discussões¹

Amanda Carreiro CRUZ²

Alinne Alcantara OLIVEIRA³

Andressa Kelly Figueiredo MELO⁴

Felipe Coimbra Fernandes de AZEVEDO⁵

Milene Madeiro de LUCENA⁶

Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, CE

Resumo

O presente paper apresenta o resultado de visitas experimentais feitas durante um mês à Feira Agroecológica A Mãe Natureza, em Juazeiro do Norte – CE. Sob uma ótica preestabelecida durante a disciplina de Jornalismo na Internet, a equipe buscou entender como funcionam e como se integram as atividades dos feirantes que se organizam dentro da Economia Solidária para realizar uma reportagem em forma de narrativa vertical. Entrevistas com comerciantes e clientes da feira foram realizadas no intuito de conhecer, refletir e registrar as impressões acerca do cotidiano e das relações de compra e venda. Durante todo o processo de investigação, a ausência de agrotóxicos no cultivo dos produtos da Mãe Natureza e a forma como os feirantes se organizam economicamente formaram o cerne das questões que foram levantadas.

Palavras-chave: Feira agroecológica; Narrativa vertical; Webjornalismo.

1 INTRODUÇÃO

Indo em direção reversa ao costumeiro cotidiano de uma feira livre, a Mãe Natureza se apresenta em um ambiente tranquilo e de cooperação. As barracas montadas toda sexta-feira na Praça José Geraldo da Cruz, em Juazeiro do Norte (CE), expõem produtos agroecológicos que são cultivados pelos próprios feirantes. Desde a captação das sementes até a venda para o consumidor final, é o agricultor quem está em contato direto com as frutas, verduras e legumes comercializados.

Durante as visitas realizadas pela equipe, foi feito o contato direto com os participantes da feira. Alguns personagens foram destacados durante a troca de experiências

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Jornalismo, modalidade JO 07 Produção em Jornalismo digital.

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: amanda11_cruz@hotmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: alinnealcantara00@gmail.com.

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: andressafigueiredo8@hotmail.com.

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: felipeazevedo28@gmail.com.

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo, email: milene.madeiro@gmail.com.

entre estudantes, feirantes e clientes. Observou-se, portanto a maneira como se dá o processo de interação entre quem compra e quem vende produtos orgânicos. A feira Mãe Natureza possui uma essência cooperativa, pois os feirantes cooperam em atividades cotidianas dentro e fora do ambiente mercadológico. Sob a base da Economia Solidária, eles se reúnem para debater acerca de problemas comuns e decidir, em grupo, questões pertinentes e de relevância abrangente.

Indicando caminhos a serem seguidos durante cada abordagem, estavam questões e curiosidades da equipe acerca de como se organiza um grupo de pessoas sob o âmbito da Economia Solidária, bem como compreender os processos e significados da ausência de agrotóxicos na produção dos produtos comercializados. Toda essa apuração serviu como base para dar origem à reportagem de narrativa vertical

O objetivo deste paper é descrever a construção da narrativa vertical “Feira Agroecológica: uma visita para conhecer de perto quem faz A Mãe Natureza”, disponível em: <http://feiramaenatureza.wix.com/agroecologicas>. Fazer da narrativa uma história de começo, meio e fim, de modo que possam ficar explícitos os conceitos de Economia Solidária e quais os efeitos da presença e da ausência de agentes químicos em frutas e verduras, elegendo personagens que potencialmente integram a “identidade” da feira, sendo eles os representantes, no trabalho, do cotidiano semanal da Mãe Natureza.

3 JUSTIFICATIVA

Da prensa de Gutenberg a Era da Internet

Desde sua origem o jornalismo passou por inúmeros processos de transformação para adaptar-se à sociedade vigente. Não se sabe ao certo a data exata de seu surgimento, mas é frequente atribuir sua invenção ao lendário imperador romano Júlio César que, em seu governo, oficializou a *Acta Diurna*: registros de cunho político e social para informar a população sobre as diretrizes do governo. Isso já em 69 a.C.

Mas foi no Renascimento que o jornalismo teve seu primeiro grande salto: a invenção da prensa de papel criada pelo alemão Johannes Gutenberg permitiu a produção em massa de livros e panfletos, dando início ao modelo de publicações impressas que conhecemos hoje. Para Sousa (2008, p. 69) seu invento “deu à humanidade um futuro melhor, abrindo condições para o aparecimento e para o sucesso da indústria jornalística”.

Mais tarde, por volta de 1986, surgem os primeiros aparelhos de rádio que logo despertaram o interesse popular. Pois, diferente do periódico impresso, conseguia atingir

um público mais diversificado – incluindo não alfabetizados – e dado seu caráter de instantaneidade, “o rádio coloca o ouvinte dentro da história, no momento exato em que os acontecimentos estão passando e, assim, abre-lhe a possibilidade de acompanhá-los” (SAMPAIO, 1971 apud BAUM, 2004, pág. 37). Essas características formaram terreno fértil para a disseminação do conteúdo jornalístico.

O advento da televisão, na década de 1950, trouxe a imagem como grande novidade. Para Marcondes Filho (1988), a televisão atende necessidades subjetivas das pessoas, por isso é muito frequente, em alguns lares, que o aparelho esteja ligado mesmo sem ninguém assistindo. Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mostram que 97,2% das residências brasileiras (censo 2013) possuem pelo menos um aparelho de TV, que é o meio de comunicação mais popular entre os brasileiros.

Tanto o rádio quanto a televisão representaram momentos marcantes para a história do jornalismo. Entretanto, o surgimento e popularização da Internet revolucionaram, a seu modo, a forma de se fazer jornalismo ao provocar transformações no modelo clássico de comunicação midiática, historicamente feito de cima para baixo. O surgimento da internet permitiu a participação efetiva do receptor, que também pode ser transmissor de mensagens e repercutir opiniões, interferindo diretamente no processo de construção e transmissão da notícia. Essa característica interativa faz com que o jornalismo deixe de ser monopólio do jornalista e desça de seu pedestal (CORREIA, 2008).

O Jornalismo na Internet

As inovações tecnológicas interferem diretamente na comunicação humana e, conseqüentemente, no modo de se fazer jornalismo. Vivemos na Era Digital, em que muitas relações são regidas pela instantaneidade na difusão de informação e pela velocidade com que o cidadão comum expressa suas opiniões e se relaciona com seus semelhantes. “O virtual usa novos espaços e novas velocidades, sempre problematizando e reinventando o mundo” (LÉVY, 1997 apud STEGANHA, 2010, pág. 9).

Para Mattos (2013), a adesão da internet acelera as mudanças sociais, uma vez que o sistema digital rompe com o tradicional modelo de produção e distribuição da informação de um-para-todos e estabelece a relação no contexto todos-para-todos. Bianco (2004) ressalta a utilidade da internet como canal de acesso e contato com múltiplas fontes, além de permitir a realização do trabalho de vigilância e exame de documentos oficiais,

possibilitando que qualquer pessoa, mediante seu interesse, tenha acesso a assuntos ignorados pela imprensa tradicional.

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 - Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira, feita pela Secretaria de Comunicação (SECOM), metade dos brasileiros estão conectados à internet. Destes, 76% acessam a rede todos os dias, com exposição média diária de 4 horas e 59 minutos. Diante das características inovadoras e da forte aceitação do público, a internet modificou, inclusive, os veículos tradicionais de mídia, tanto que hoje a maioria dos jornais impressos, emissoras de rádio ou TV possuem sua página na web.

Narrativas Verticais: para um novo jornalismo, um novo jeito de contar histórias

A internet permite que os jornalistas construam um texto diferente do convencional, abrindo as possibilidades de desconstrução do modelo de lead e rompimento com o tamanho estritamente bem definido do jornal impresso. Portanto, o jeito de contar histórias se modificou de acordo com a necessidade do público de buscar informação e do novo meio de disponibilizá-la.

Desse modo, pensar as narrativas midiáticas é observar o papel que elas desempenham na sociedade uma vez que ao narrar a notícia, seja para qual meio, o jornalista deve estar atento à difusão do conteúdo. E no caso da web é preciso mobilizar técnicas e criatividade não apenas para produzir relatos que se traduzam em textos objetivos, mas para aproveitar o leque de recursos disponíveis para a disseminação de informações sabendo como utilizá-los. (CARVALHO, 2014, p. 132)

Narrativas são métodos argumentativos que podem ser utilizados na linguagem cotidiana (GONZAGA, 2008, apud. CARVALHO, 2014). No jornalismo digital, essas narrativas têm o objetivo de chamar atenção do leitor com recursos capazes de atraí-lo para determinada história. Entre os recursos possíveis estão a hipertextualidade, a multimídia e a interatividade.

A hipertextualidade permite a construção do texto não linear, de maneira que cada leitor faz seu percurso de leitura, através dos hiperlinks disponíveis, que levam a novas janelas de interpretação e conhecimento da realidade (CARVALHO, 2014).

A interatividade está diretamente ligada à conexão que o leitor tem com o jornalista e sua narrativa, podendo, também, contribuir para a reportagem em maior ou menor grau, desde a simples colaboração através de comentários até as possibilidades reais das coberturas participativas. Já a multimídia proporciona o uso das diversas linguagens

em um só lugar. A internet permite que o autor utilize áudio, foto, vídeo, texto e ainda outros recursos na construção da narrativa (CARVALHO, 2014).

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a construção da reportagem foi realizada uma série de atividades pela equipe. No período de 6 a 27 de março 2015, todas as sextas-feiras, a partir das 7h da manhã, a equipe se encontrava na Praça José Geraldo da Cruz (local onde ocorre a feira) para observar, fotografar, fazer filmagens, dialogar com os feirantes e compradores sobre aquele espaço e sua importância.

Também foram realizadas pesquisas e leituras sobre o tema Economia Solidária, já que a feira se enquadra nessa categoria de empreendimento popular, e sobre agrotóxicos, pois o diferencial dos produtos comercializados é justamente o não uso desses compostos químicos. As pesquisas auxiliaram na realização das entrevistas, na construção do texto para a narrativa, na própria forma de observar os alimentos, bem como as dificuldades que as pessoas têm em produzir um produto de qualidade sem o uso do veneno.

A visita não se deu apenas à feira, a equipe foi também ao supermercado de um shopping para observar os alimentos, comparar seus preços, saber dos consumidores qual a preferência na hora de comprar frutas e verduras, se era em feiras ou em supermercados, e se eles tinham alguma preocupação com o uso do agrotóxico.

No processo de construção da narrativa, os estudantes foram orientados pela docente da disciplina de Jornalismo na Internet, que revisou os textos escritos pela equipe e ajudou a pensar como eles ficariam intercalados às fotos e vídeos. De acordo com Deise Carvalho (2014), “os recursos precisam complementar e agregar informação contextual, transportando o leitor para o cenário do fato”. Assim, ela orientou também em aulas teóricas sobre como produzir reportagens na internet, ao lado da técnica do laboratório de multimídia, Hanna Menezes, que foi responsável pela parte técnica, explicando como funciona um site e os recursos midiáticos que poderiam ser utilizados.

Como trata-se de uma reportagem feita por estudantes em uma universidade pública que usa plataforma livre, não se podia utilizar software proprietário ou não livres para construir o trabalho, o que na maioria das vezes é feito por grandes meios de comunicação com condições financeiras para adotar um suporte maior. Como solução, foi apontado pela técnica o uso do site <http://wix.com>, que possibilita recursos de fácil manuseio e que podem ser alterados de acordo com as preferências do usuário.

Nesse trabalho, a equipe esteve em contato também com os técnicos de telejornalismo, radiojornalismo e fotojornalismo do curso, os quais participaram da edição de vídeo, áudio e das fotos do expediente, respectivamente.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A reportagem hospedada no site Wix.com possibilita aos usuários uma dinâmica diferenciada a partir de sua diagramação. Dividida em sete etapas, ela conta o que é e como acontece uma feira agroecológica classificada como um empreendimento popular de economia solidária.

A construção e a junção dos elementos ocorrem de maneira ordenada e organizada trazendo para o leitor informações adicionais e rápido entendimento ao percorrer as nuances da história. As notícias são assim divididas em camadas e capítulos, e cada uma dessas tem suas particularidades que, somadas, alcançam o objetivo principal de fomentar uma leitura agradável. (CARVALHO, 2014, p. 139)

Para que tudo ficasse compreensível, foram abordados temas como alimentação saudável, agrotóxicos e o que é a economia solidária.

Após o título da reportagem, pode-se observar a primeira seção, a introdução, onde foi utilizada propositalmente a frase “Você está pronto para mudar sua alimentação?”, no intuito de induzir o leitor a ter curiosidade para continuar a leitura. Abaixo há o horário e endereço da feira. Ao lado, um texto introdutório que dá um apanhado geral da feira para logo situar quem está lendo.

A próxima etapa é intitulada “Como a Mãe Natureza nasceu”. Esta parte narra a história do surgimento da feira agroecológica tema do trabalho. Nesse momento foram utilizados outros produtos midiáticos para melhor compreensão do assunto. O primeiro vídeo da reportagem encontra-se aqui e trata-se de um vídeo conhecido no âmbito jornalístico como “Fala povo”, que mostra a opinião de diversas pessoas sobre determinado assunto. Nesse vídeo, foram utilizadas nove fontes, compradores da feira e compradores do supermercado “Mercadinhos São Luiz”, localizado dentro do shopping da cidade.

Logo após esse vídeo, o texto continua e já é interceptado por outro vídeo. Desta vez, esse recurso é uma animação produzida pela equipe de reportagem. A animação conta, de forma ilustrativa e lúdica, como acontece a feira agroecológica na perspectiva da economia solidária. Vale salientar que os dois vídeos foram produzidos pela equipe,

contando com ajuda dos técnicos dos laboratórios de Telejornalismo e Radiojornalismo nas edições de vídeo e áudio.

A próxima etapa, “Por que comprar lá?”, explica os motivos da feira ser é uma boa alternativa para quem quer se alimentar bem e pagar um preço justo. Ao lado desse texto consta uma tabela com um comparativo de produtos da feira e do supermercado em que o vídeo foi gravado.

Em “Mas afinal, quem faz a feira?” o leitor pode conhecer o casal Marli e Gilberto Laranjeiras, vendedores e produtores da feira em questão. Nessa etapa foram utilizados os recursos de uma galeria de fotos que representam a vida dos dois e sua plantação, além de arquivos de áudio com trechos de depoimentos do casal.

Na seção “Depoimentos” encontram-se dois depoimentos de mais dois feirantes. Uma é Aurilúcia Borges, presidente da associação a qual a feira faz parte. O outro é “Seu Tiquinho”, um dos feirantes que possui a barraca mais movimentada e mais procurada.

A 6ª etapa, “Agrotóxico: saiba por que não usar” traz uma entrevista, feita pela equipe, com uma nutricionista e professora do curso de Nutrição da Faculdade de Juazeiro do Norte, Isabel Maia. A entrevista no estilo “ping-pong” traz informações acerca dos malefícios do agrotóxico. O último texto, de título “Economia solidária: o outro lado da moeda”, traz uma breve explanação sobre o que são os empreendimentos de economia solidária e como as feiras agroecológicas se encaixam nesse segmento.

A reportagem possui mais duas galerias de fotos além da galeria sobre o casal de feirantes: uma ilustrando os produtos vendidos na feira e outra a própria feira, utilizando um plano geral. Por fim, ela traz o expediente de forma dinâmica, com fotos da equipe de reportagem e breves depoimentos.

6 CONSIDERAÇÕES

O presente paper relatou como aconteceu a construção da reportagem webjornalística, com formato de narrativa vertical, “Feira Agroecológica: uma visita para conhecer de perto quem faz A Mãe Natureza”. Para tal, foram abordadas discussões acerca do surgimento do jornalismo na internet e das narrativas verticais, assim como os métodos utilizados pela equipe para realização do trabalho final. Uma descrição do produto também foi apresentada.

A disciplina de Jornalismo na Internet, durante a qual a reportagem foi feita, possibilitou aos alunos um novo olhar acerca do jornalismo on-line diário, que

costumeiramente deve ser objetivo, curto e sem análises aprofundadas. A construção da narrativa proporcionou uma apuração de fatos mais aprofundada, gerando novos conhecimentos para os estudantes, trabalhando com áreas interdisciplinares do conhecimento.

É importante também ressaltar a vivência de uma pequena experiência de interatividade com os leitores da reportagem após sua postagem no site que abriga as produções da disciplina e seu compartilhamento em páginas do *facebook* dos outros estudantes, do curso e da turma.

Este trabalho causou ainda um impacto positivo nos estudantes, que em vários dias tiveram de acompanhar uma realidade política, social, econômica e cultural diferente das suas realidades. É válido afirmar que trabalhos como esse contribuem de maneira excepcional para o desenvolvimento acadêmico, profissional e pessoal dos estudantes, pois de uma maneira dialógica, possibilitam uma visão mais humanística da comunicação social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUM, Ana (org). **Vargas, agosto de 54: A história contada pelas ondas do Rádio**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

BIANCO, Nelia R. Del. **A Internet como fator de mudança no jornalismo**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, vl. XXVII, Nº 1, janeiro/junho de 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf>

CARVALHO, Deise Ribeiro. **As narrativas verticais e suas contribuições para o futuro do jornalismo digital**. Revista Temática. Ano X, n.12 - Dezembro/2014 - NAMID/UFPB – Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>

CORREIA, Frederico. **Jornalismo Cidadão – quês és tu?** Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal, 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-frederico-jornalismo-do-cidadao.pdf>

DALMONTE, Edson Fernando. **Pensar o discurso no webjornalismo: temporalidade, paratexto e comunidades de experiência**. Bahia: Editora Edufba, 2009.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

MATTOS, Sérgio. **A Revolução Digital e os Desafios da Comunicação**. Bahia: Editora UFRB, 2013. Disponível em: <http://www1.ufrb.edu.br/editora/livros?download=15:a-revolucao-digital-e-os-desafios-da-comunicacao>

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma breve história do jornalismo no Ocidente**. Universidade Fernando Pessoa e Centro de Investigação Media & Jornalismo, Portugal, 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>

STEGANHA, Roberta. **Jornalismo na internet: A influência das redes sociais no processo de confecção das notícias de entretenimento e celebridade**. 2010. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/steganha-roberta-jornalismo-na-internet.pdf>

Links:

<http://feiramaenatureza.wix.com/agroecologicas> – Reportagem “Feira Agroecológica: uma visita para conhecer de perto quem faz A Mãe Natureza”

<http://www.ibge.gov.br/> (acesso em 22 de maio de 2015, às 14h11)

<http://www.secom.gov.br/> (acesso em 22 de maio de 2015, às 15h23)