

# **Formação de repórteres-amadores para promover a inovação social:**

## **metodologia para superação dos desertos de notícias**

## **Training amateur reporters to promote social innovation: methodology for overcoming news deserts**

**Diego Gouveia Moreira**

*Doutor e mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Jornalista e professor do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco.*

*Universidade Federal de Pernambuco, Núcleo de Design e Comunicação, Caruaru (PE), Brasil.*

**Rodrigo Miranda Barbosa**

*Professor do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE-CAA). Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília.*

*Universidade Federal de Pernambuco, Núcleo de Design e Comunicação, Caruaru (PE), Brasil.*

**Sheila Borges de Oliveira**

*Professora do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE-CAA). Doutora em Sociologia pela Universidade Federal de Pernambuco.*

*Universidade Federal de Pernambuco, Núcleo de Design e Comunicação, Caruaru (PE), Brasil.*

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v23.ed50.2023.359>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 23, Nº 50, p.73-91, maio/ago. 2023

## Resumo

Este artigo tem o objetivo de apresentar uma metodologia para formação de repórteres-amadores. O método foi desenvolvido a partir dos resultados de um projeto de pesquisa e extensão que teve como objetivo mapear os repórteres-amadores que atuam em Caruaru e Bezerros, no Agreste de Pernambuco, em canais próprios e também em movimentos sociais para, a partir de uma formação, contribuírem para superação dos desertos de notícias nas regiões. Para isso, foi realizada uma pesquisa-ação com a oferta de oficinas e compartilhamento de conteúdos sobre a produção de conteúdos informativos. Por fim, considera-se que a inovação social é estabelecida com a atuação de agentes de comunicação.

**Palavras-chave:** Repórter-amador. Desertos de notícias. Pesquisa-ação. Formação. Inovação Social.

## Abstract

This paper aims to present a methodology for training amateur reporters. The method was developed from the results of a research and extension project that aimed to map the amateur reporters who work in Caruaru and Bezerros in their own channels and also in social movements to, from a training , contribute to overcoming news deserts in the regions. For this, an action research was carried out with the offer of workshops and content sharing on the production of informative content. Finally, it is considered that social innovation is established with the action of communication agents.

**Keywords:** Amateur reporter. News deserts. Action research. Training. Social Innovation.

## Resumen

Este artículo tiene como objetivo presentar una metodología para la formación de periodistas aficionados. El método fue desarrollado a partir de los resultados de un proyecto de investigación y extensión que tuvo como objetivo mapear a los reporteros aficionados (BORGES, 2015) que actúan en Caruaru y Bezerros en sus propios canales y también en los movimientos sociales para, desde una formación, contribuir a la superación de las noticias. desertos en las regiones. Para ello se realizó una investigación acción con la oferta de talleres y puesta en común de contenidos sobre la

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v23.ed50.2023.359>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 23, Nº 50, p.73-91, maio/ago. 2023

producción de contenidos informativos. Finalmente, se considera que la innovación social se establece con la acción de los agentes de comunicación.

**Palabras clave:** Reportero aficionado. Desiertos de noticias. Investigación para la Acción. Capacitación. Innovación Social.

## 1 Introdução

A cultura participativa é um fenômeno social no qual os indivíduos, interligados em rede digital e virtual, criam e compartilham informações motivados pela crença de que suas contribuições importam para os demais atores. Neste artigo, tomamos como base este conceito, a partir dos estudos de Jenkins (2008), que nos ajuda a entender a possibilidade oferecida ao cidadão comum, que não tem formação em jornalismo, de atuar na construção de conteúdo pela explosão das tecnologias digitais interativas que permitem às pessoas registrar, arquivar e produzir informação por meio de mídias e redes sociais, operando como agentes fundamentais na sua circulação.

Nesse contexto, realizamos uma pesquisa com foco no grupo dos batalhadores, atores pertencentes, de acordo com Souza (2012), à nova classe trabalhadora brasileira, situada entre a classe baixa e as classes média e alta. Os batalhadores brasileiros estão incluídos no sistema econômico como produtores de bens e serviços e/ou como consumidores crescentes de bens duráveis e serviços. Esses batalhadores, que estão na chamada classe C, foram analisados pelo Instituto Data Popular em uma pesquisa realizada em 2019. Nela, foi verificado que “nove em cada dez brasileiros (93%) dessa faixa salarial possui um celular”. Desse total, quase 70% têm um smartphone. Os dados constam no levantamento Data Check Up Brasil (NOVE EM CADA..., 2019). Em 2014, também pelo Data Popular, os números mostravam que, em comunidades mais carentes, 85% das pessoas possuíam um celular e 22%, smartphones (NOVA CLASSE..., 2014).

A partir desses números, percebe-se que esse grupo é também consumidor de tecnologias necessárias para colocar em operação a dimensão das múltiplas telas, condição essencial da cultura da convergência, termo que, para Jenkins (2008), abarca as mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa sociedade. A convergência midiática abriu a possibilidade de novos grupos sociais, como os batalhadores, terem acesso aos meios necessários para

produção de conteúdo. Por anos, o acesso a meios de comunicação no Brasil esteve concentrado nas mãos das classes mais favorecidas, e a produção das narrativas dependia dos conglomerados de comunicação, grupos que controlam, a partir de um mesmo proprietário, veículos impressos, radiofônicos, televisivos e digitais. Apesar de essa realidade ainda ser predominante, a formação de uma nova classe consumidora no país, com mais recursos financeiros e condições de adquirir tecnologias antes inacessíveis, possibilitou o surgimento de uma nova geração de comunicadores. São indivíduos que enfrentam o desafio de produzir conteúdos informativos para internet, utilizando equipamentos próprios e espaços autorais nas mídias e redes sociais, atuando como repórteres-amadores à revelia dos filtros impostos pela grande imprensa.

Esses repórteres-amadores também contribuem para o preenchimento dos desertos de notícias com conteúdos informativos que não circulam nos veículos de comunicação mais tradicionais. Para Borges (2015), o repórter-amador é o cidadão que realiza três movimentos. Primeiro, ele é consumidor da notícia por meio da leitura de conteúdo produzido pelos conglomerados de comunicação. O segundo é o de interagir com esses mesmos veículos, pertencentes aos conglomerados, quando o cidadão envia comentários e sugestões de pautas para os jornalistas. Ao perceber que os comentários e as pautas não são valorizados pelos veículos, esse cidadão, sem formação em jornalismo, dá um passo além, que é o terceiro movimento, quando se sente incomodado com os filtros impostos pela grande imprensa e decide criar um espaço autoral, desempenhando, assim, o papel de repórter-amador por meio do qual produz a própria notícia a partir do que considera ser importante para as comunidades às quais está vinculado.

É o repórter-amador que, com seus espaços autorais, tem incomodado os veículos de comunicação e contribuído para ocupar os desertos de notícias, dando visibilidade a temas que ficam de fora das pautas dos conglomerados de comunicação. Os desertos de notícias são justamente esses locais que não são alcançados pela mídia tradicional na cobertura noticiosa. Segundo dados da pesquisa Atlas da Notícia (PROJOR, 2018), ao menos 52% dos municípios brasileiros não têm jornal, emissora de rádio ou televisão; ou seja, cerca de 16% da população não têm acesso a um veículo de mídia local.

A atuação dos repórteres-amadores contribui, assim, para que esses lugares tenham suas realidades narradas e que suas histórias sejam contadas por meio de canais de comunicação alternativos, criados, geralmente, pelas plataformas disponíveis nas redes sociais. É possível pensar as lacunas na cobertura informacional midiática também como um deserto de notícias. Muitas pautas sociais importantes para grupos sociais como negras, trabalhadores rurais, mulheres, Lésbicas, Gays, Bi, Trans,

Queer/Questionando, Intersexo, Assexuais/Arromânticas/Agênero, Pan/Poli, Não binárias e mais (LGBTQIAPN+) não têm espaço na agenda midiática.

Com base nesse cenário, em 2021, o projeto de pesquisa e de extensão *Produção de conteúdo informativo com temas sociais: formação de repórteres-amadores para promoção da inovação social em Caruaru e Bezerros* foi proposto pelos professores Diego Gouveia Moreira, Rodrigo Miranda Barbosa e Sheila Borges de Oliveira, do curso de Comunicação Social, do Núcleo de Design e Comunicação (NDC), do Centro Acadêmico do Agreste (CAA), da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Participam do projeto os estudantes do curso de Comunicação Social Alice Alves, Cecília Souza, Dyego Mendes, Eduardo Silva, Nicolly Grevetti, Paula Beatriz Lima, Rayane Elisã e Ricardo Lemos. Atuam ainda os discentes do curso de Design do CAA Laís Queiroz, Larissa Pinto e Quezia Cavalcante. O projeto de pesquisa, realizado entre 2021 e 2023, foi contemplado no Edital Institucional de Apoio à Interiorização da Pesquisa, da Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação (Propesqi) da UFPE (Edital 12/2021). Em 2022, recebeu bolsas pelo Edital Pibexc de Apoio Financeiro a Programas e Projetos de Extensão (Edital 07/2022), da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (Proexc) da mesma universidade, visto que também avançou como iniciativa extensionista.

O projeto teve como objetivo formar pessoas que integram movimentos sociais ou já tenham espaços autorais noticiosos nas cidades de Caruaru e Bezerros, localizadas no Agreste de Pernambuco, para que possam atuar como repórteres-amadores, dando visibilidade, para a sociedade, às informações sobre os grupos sociais a que pertencem, cujas pautas não são prioridade para os meios de comunicação tradicionais. Dessa forma, a ação de pesquisa e de extensão contribuiu para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU quando se propôs a oferecer uma educação, a partir das formações, inclusiva, equitativa e de qualidade para o público beneficiário com oportunidade de aprendizagem. Ela ainda auxilia na promoção da igualdade de gênero, ao possibilitar que movimentos de negros, de mulheres e pessoas LGBTQIAPN+ possam produzir conteúdos que contribuam para seu empoderamento. Atuou, também, na redução das desigualdades ao oferecer condições para produção de conteúdos noticiosos que promovam, garantam e efetivem direitos, contribuindo, assim, para uma diminuição da desigualdade social.

Após a realização do projeto nas duas cidades, foi sistematizada a metodologia aplicada na formação. Dessa forma, este artigo tem o objetivo de apresentar os métodos empregados para a atuação de repórteres-amadores e, assim, contribuir para que outros grupos tenham acesso à proposta e possam

replicar a iniciativa. Também é estratégico divulgar os procedimentos para que os próprios repórteres-amadores possam multiplicar o conhecimento compartilhado com outros interessados.

Como metodologia utilizada na pesquisa, foi empregada a pesquisa-ação, que, de acordo com Severino (2015), é aquela que, além de compreender, visa intervir na situação, com vistas a modificá-la. O conhecimento visado articula-se a uma finalidade intencional de alteração da situação pesquisada. Assim, ao mesmo tempo que realiza um diagnóstico e a análise de uma determinada situação, a pesquisa-ação propõe ao conjunto de sujeitos envolvidos mudanças que levem a um aprimoramento das práticas analisadas.

Então, a partir da experiência de formação, foi estruturada uma metodologia para superação dos desertos de notícias por meio da atuação de repórteres-amadores, principalmente em cidades do interior, como Caruaru e Bezerros, localizadas no Agreste do Estado de Pernambuco. Antes, no entanto, serão discutidos os conceitos da chamada classe social composta pelos batalhadores brasileiros (SOUZA, 2012), do repórter-amador (BORGES, 2015) e da inovação social (ROSSETTI, 2013).

## **2 Batalhadores brasileiros e a atuação como repórteres-amadores: inovação social a partir da superação dos desertos de notícias**

Durante os dois primeiros governos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2006 e 2007-2010), foi possível o acesso de mais de 30 milhões de brasileiros ao mercado de consumo e, dessa forma, surgiu uma classe emergente. Souza (2012) considera que os emergentes que dinamizaram o capitalismo brasileiro na última década integram “aquilo que gostaríamos de denominar ‘nova classe trabalhadora brasileira’” (p. 26). O autor justifica o uso do termo “nova” a partir da ideia de que essa formação social é fruto das mudanças que acompanharam a instauração de uma forma inédita de capitalismo no Brasil e no mundo: o novo capitalismo financeiro.

Diante da complexidade da sociedade moderna – no nosso caso, da brasileira –, Souza identificou a formação de uma classe de “batalhadores”, composta por indivíduos que não têm o capital econômico das classes altas nem o capital cultural valorizado pela classe média. Os batalhadores compensam a falta desses dois capitais com o esforço individual para o trabalho. Os batalhadores, em sua maioria, estudaram em escolas públicas, muitas delas de baixa qualidade, trabalharam desde cedo e não tinham tempo para buscar o valorizado capital cultural. Eles enfrentam, de forma corajosa, os problemas pessoais para,

segundo Borges (2015), ganhar a vida, desenvolvendo disposições sociais para superar os problemas, mudar de vida e olhar o sofrimento do outro.

O acesso dessa nova classe social aos equipamentos eletrônicos (*smartphones*, tablets e computadores) e à internet (pelo celular ou por programas populares de banda larga) permitiu a produção de conteúdos para e pela internet. De posse de celulares com câmera e acesso à internet, indivíduos pertencentes a essa classe social passaram a ter a possibilidade de produzir conteúdos e divulgá-los na grande rede de computadores e equipamentos móveis, sem precisar passar pelos filtros impostos pela chamada grande imprensa.

Por causa do acesso mais fácil à internet e da popularização do uso dos equipamentos móveis para a comunicação individual, como o telefone celular, a sociedade passou a se interligar, cada vez mais, em redes sociais on-line. Nesse contexto, as relações entre os indivíduos que integram, de uma forma ou de outra, o processo de produção da notícia no jornalismo foram sendo alteradas. Os cidadãos agora podem interagir com a grande imprensa e produzir conteúdo, além de se tornarem divulgadores de produtos e serviços na rede, algo decidido, anteriormente, somente pelas agências de publicidade.

Com as novas ferramentas tecnológicas – que estimulam a interatividade a partir da abertura de canais de diálogo entre empresas de comunicação, jornalistas, consumidores e cidadãos –, parte da audiência não está mais se contentando em só receber notícia, ou seja, em ser fonte passiva. Esse grupo de indivíduos que ativa a sua função participativa não quer mais figurar nas reportagens, produzidas pelos conglomerados, como fonte primária, exercendo um papel secundário na narrativa que já estava sendo construída pelo jornalista antes de ele ser instado a se posicionar sobre determinado assunto. Esse indivíduo pretende ir além do papel de simples receptor para ser protagonista.

O cidadão desempenha o papel de coprodutor do processo de produção da notícia quando os veículos passam a considerar as opiniões enviadas pela audiência – o que acontece, na maioria das vezes, pela internet. Parte dos veículos que abre esse espaço legitima a coprodução quando identifica, no próprio texto da matéria, o nome de quem colaborou. É esse indivíduo que é chamado de cidadão-repórter (SBARAI, 2011; MORETSZOHN, 2007).

Para Borges (2015), o repórter-amador é o cidadão que dá um passo além de consumir notícias e interagir com os veículos de comunicação, pois não se contenta mais em só consumir, interagir ou ser

coprodutor. Quer produzir informação a partir de um espaço próprio para não ficar refém dos filtros que são determinados pelas empresas de comunicação, que selecionam as informações segundo as suas perspectivas econômica, política e social. Diferentemente do cidadão-repórter, o repórter-amador não figura no texto jornalístico como colaborador; ele é o autor da notícia no espaço que ele mesmo cria. Ao fazer este movimento de saída da condição de fonte passiva, o ator realiza o que Borges (2015) conceitua de jogo do agir ativamente. Para agir ativamente, o indivíduo não precisa exercer estas duas práticas – ser cidadão-repórter e ser repórter-amador – de forma simultânea. Ele pode deflagrá-las em momentos distintos, mas, para realizá-las, o indivíduo acionou o seu esquema disposicional inconscientemente para colaborar e produzir notícias.

O repórter-amador toma a iniciativa de produzir notícia de forma espontânea, sem o compromisso de estabelecer um vínculo profissional. Entra e sai do campo do jornalismo porque não tem a responsabilidade de ter uma rotina determinada à produção da informação. Também não estabelece método de apuração para que possa divulgar outras versões do mesmo fato. Como não é um campo de trabalho prioritário, já que esses atores não exercem essa função de forma profissional, eles delegam a essa prática o tempo livre, o de lazer. Por meio desse espaço autoral, o repórter-amador pode escrever e reproduzir o que considera importante, divulgando informações para os outros indivíduos sem depender da mediação dos conglomerados. Dessa forma, não precisa se submeter aos filtros impostos pelas empresas, construídos a partir de critérios econômicos, políticos e empresariais, e não expostos de forma pública e transparente para a sociedade (BORGES, 2015).

O repórter-amador está livre das normas do campo profissional do jornalista, embora faça uso intuitivamente de alguns recursos do campo. Ele utiliza as ferramentas tecnológicas da internet, que facilitam a operacionalização e otimizam o tempo.

Munidos de celulares e tablets com acesso à internet em casa, no trabalho e na rua, esses agentes estão se tornando, também, microinfluenciadores digitais e modificando as relações de produção, circulação e consumo de conteúdos relacionados aos assuntos mais variados na atualidade, como entretenimento, moda, comportamento, estilo de vida, direitos humanos, dentre outros tantos temas. Para Marcondes (2016), o microinfluenciador digital “é o influencer do bairro. O influencer de uma microcomunidade on-line muito específica. Um especialista em pequenas coisas, pequenas causas, microtribos e temas pontuais”. Eles acabam por promover a superação dos desertos de notícias. De acordo

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v23.ed50.2023.359>



com Benezath e Reis (2020, p. 3), “comunidades que não dispõem de veículos institucionalizados de jornalismo, vivem em desertos de notícias e têm a cidadania afetada, por não dispor de informações de qualidade que favoreçam a participação nas decisões coletivas, levando-as a ser submetidas a processos de desinformação e manipulação”. A atuação dos repórteres-amadores, nessas localidades, permite uma aproximação com o conceito de inovação social.

Historicamente, o conceito de inovação caminhou junto ao avanço tecnológico. Essa ideia restrita de que, para inovar, é necessário investir em tecnologia contaminou várias áreas do conhecimento: entre elas, a Comunicação e Informação. Os autores argumentam que, apesar de ser mais evidente a interface da inovação com interfaces tecnológicas, a inovação está presente também no impacto social dessas novas tecnologias. “Ela pode dizer respeito à apropriação de algo por um determinado grupo social e a inovação social que essa apropriação trouxe, gerando um novo sujeito social” (ROSSETTI e GOULART, 2020, p. 160).

A inovação está no impacto social das novas tecnologias de comunicação e informação, no novo receptor, agora produtor e interativo, nos processos cognitivos, nas linguagens, na estética e até mesmo nas novas abordagens metodológicas e teóricas de comunicação. Isso ocorre porque a inovação é um fenômeno social, simbólico e tecnológico, presente em toda sociedade contemporânea midiaticizada e pode perpassar todo o campo da Comunicação (ROSSETTI, 2013). A inovação social, por meio de respostas novas e socialmente reconhecidas que visam e geram mudança social, ligam simultaneamente três atributos: satisfação de necessidades humanas não satisfeitas por via do mercado, promoção da inclusão social e capacitação de agentes para transformação social.

### **3 A formação de repórteres-amadores para promoção da inovação social em Caruaru e Bezerros**

Depois da aprovação do projeto no Edital 12/2021, foi feito um levantamento dos estudantes interessados em participar da ação de pesquisa e extensão. Na sequência, foram realizados encontros virtuais para apresentar o objetivo da iniciativa e, também, formar os próprios estudantes para a atuação na formação. Dessa forma, foram realizados três encontros (5, 12 e 26 de abril de 2022) com os discentes para discutir: 1) cultura da convergência e produção da notícia por repórteres-amadores; 2) produção de conteúdo informativo para mídias sonoras e produção de conteúdo informativo para mídias audiovisuais; e 3) gestão de conteúdos nas redes sociais e internet. A etapa seguinte contou com o desenvolvimento de dois produtos para dar suporte ao que seria trabalhado nas oficinas presenciais. Assim, foi elaborado,

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v23.ed50.2023.359>

primeiramente, um ebook<sup>1</sup> com um total de 82 páginas e linguagem acessível, visto que o objetivo é alcançar públicos com acesso a escolarizações diferentes.

Dividido em oito seções, o livro aborda, no primeiro capítulo, a importância da comunicação democrática e a superação dos desertos de notícias. Para isso, explica desde o que é a comunicação, passando pela história da mídia no Brasil e pelas mudanças diante da cultura da convergência, até chegar ao conceito de desertos de notícias. No capítulo seguinte, são abordados: a produção da notícia na contemporaneidade; atributos da notícia; produção da notícia a partir de dispositivos móveis; e, também, o Código de Ética dos Jornalistas. A terceira seção trata sobre o que é o repórter-amador. A quarta se centra nas mídias audiovisuais, enquanto a quinta, na linguagem sonora. O sexto capítulo explica como produzir um site pela plataforma WordPress e o sétimo, como publicar. A última parte mostra como gerir as redes sociais.

Depois, foram elaboradas videoaulas<sup>2</sup> para facilitar a formação dos repórteres-amadores. Foi criado um perfil no YouTube com o nome Repórteres Amadores (@reporteresamadores) e, nele, foram adicionados três vídeos: 1) como produzir notícia a partir da linguagem audiovisual; 2) como produzir notícia a partir da linguagem sonora; e 3) como gerir os conteúdos nas redes sociais e internet.

O desenvolvimento desses materiais exigiu da equipe a realização de um levantamento bibliográfico dos temas abordados no ebook e nas videoaulas, com destaque para repórter-amador, cultura da convergência, notícias, desertos de notícias, inovação social, linguagem sonora e linguagem audiovisual. Na sequência, foram mapeados os movimentos sociais com atuação em Caruaru e Bezerros, cidades escolhidas para o projeto piloto, e os cidadãos que têm espaços autorais nessas duas cidades do Agreste pernambucano. Em Caruaru, foram mapeados 15 possíveis candidatos a participar da formação proposta pelo projeto, sendo oito repórteres-amadores e sete potenciais repórteres, que atuam em movimentos sociais da região. Do total, dez confirmaram participação nas oficinas, mas nem todos compareceram. No final, o projeto foi realizado para o grupo<sup>3</sup> da tabela abaixo.

<sup>1</sup> Disponível em: [https://drive.google.com/file/d/1q7mQcLRUkIPS5WvAmupX210339ubvjbd/view?usp=share\\_link](https://drive.google.com/file/d/1q7mQcLRUkIPS5WvAmupX210339ubvjbd/view?usp=share_link) Acesso em: 27 abr. 2023.

<sup>2</sup> Disponíveis em: <https://youtube.com/@reporteresamadores>. Acesso em: 27 abr. 2023.

<sup>3</sup> Todos os participantes concordaram em ter seus nomes divulgados em trabalhos científicos que tratem sobre a formação.

**Tabela 1** – Participantes da Oficina em Caruaru

	<b>Participante</b>	<b>Organização</b>
1	Edivaldo Magalhães	Blog do Edivaldo Magalhães
2	Wendele Nascimento	Te Amo Caruaru
3	Laíse Nascimento	Te Amo Caruaru
4	Adalberto Silva	TV Caruara
5	Francisco Terto	MST
6	Silvano Leite	MST
7	Bianca Eduarda	MST
8	Renata Villa Nova	Marcha das Mulheres
9	Isabella Andrade	Diretório Central dos Estudantes

**Fonte:** Os autores

Edivaldo de Arruda Magalhães é proprietário, desde 2016, de um blog de notícias policiais que leva seu nome. Wendele do Nascimento Azevedo nasceu em São Paulo, mas é filho de caruaruenses. Em maio de 2012, com 15 anos, criou o portal de notícias Te Amo Caruaru. Severino Adalberto da Silva, mais conhecido como Adalberto Silva, criou, em 2022, a TV Caruara para compartilhar o conteúdo que elabora.

Francisco Terto Freire atua no setor de Comunicação do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), e foi por desempenhar o papel de produtor de conteúdo, sem formação em jornalismo, que fez as oficinas de formação do repórter-amador. Silvano Leite, 36 anos, também participou das oficinas como membro do MST. Bianca Eduarda da Silva é fotógrafa e também participou das oficinas por sua ligação com o setor de comunicação do MST.

Em Bezerros, foram mapeados 18 possíveis candidatos a participar da formação proposta pelo projeto, sendo dez repórteres-amadores e oito potenciais repórteres, que atuam em movimentos sociais da região. Do total, dez confirmaram participação nas oficinas, mas nem todos compareceram. No final, o projeto foi realizado para o grupo, composto por sete pessoas, da tabela abaixo.

**Tabela 2** – Participantes da Oficina em Bezerros

	<b>Participante</b>	<b>Organização</b>
1	Orlando Silva	Associação Bem-Estar Bezerros
2	Mateus Barbosa	Centro Cultural Popular de Bezerros

3	Luiza Melo	Centro Cultural Popular de Bezerros
4	José Josivan	Projeto Vida Ativa 60+
5	Vinícius Carvalho	Associação dos Filhos e Amigos de Bezerros (Afabe)
6	Michele Silvestre	Mulheres em Pauta
7	Cristiane Soares	União Brasileira de Mulheres (UBM)

**Fonte:** Os autores

Orlando Lima é criador da Associação Bem-Estar Bezerros, que tem atuação, desde 2016, voltada para a transformação de vidas por meio do esporte, da educação e da cultura. Mateus Barbosa atua no Centro Cultural Popular de Bezerros, espaço coletivo, com um ano de existência, de formação e fomento à política, à cultura popular e ao trabalho social para a comunidade, e na Associação dos Filhos e Amigos de Bezerros (Afab), que tem como proposta, há 30 anos, transformar a realidade da população do município para o resgate do direito da Cidadania.

Luiza Melo colabora com as atividades do Centro Cultural Popular de Bezerros. José Josivan coordena atividades do Vida Ativa, que mobiliza aproximadamente 400 idosos para atividades físicas em praças do município. Vinícius Carvalho é presidente da Afab. Michele Silvestre é integrante do Movimento de Mulheres do município, chamado Mulheres em Pauta. Cristiane Soares participa do movimento sindical em Bezerros e faz parte da União Brasileira de Mulheres.

A partir da realização das oficinas de formação de repórteres-amadores para promoção da inovação social em Caruaru e Bezerros, foi possível contribuir com cidadãos comuns, que não têm nenhuma formação em jornalismo, para a elaboração de conteúdos informativos com temas sociais, que interessam a esses indivíduos e às suas comunidades. Dessa forma, a metodologia empregada para alcançar os objetivos do projeto foi a pesquisa-ação: de acordo com Engel (2000), trata-se de uma pesquisa que procura unir a pesquisa em conjunto com a prática, ou seja, aprofundar o conhecimento como um dos elementos da prática. Com esse tipo de pesquisa, acredita-se poder agir de forma colaborativa e mais efetiva em realidades comunicacionais que estas comunidades vivem, de desertos de notícias.

O projeto de extensão e de pesquisa, então, depois de trabalhar com uma revisão bibliográfica, focou na pesquisa-ação. De acordo com Tripp (2005), a pesquisa-ação de viés educacional é utilizada majoritariamente como uma estratégia para a formação de professores e pesquisadores para que estes

possam aprimorar as suas ações pedagógicas em decorrência da interação com os alunos. Trata-se de uma pesquisa que procura unir a pesquisa em conjunto com a prática, ou seja, aprofundar o conhecimento como um dos elementos da prática. Por isso, a sua ligação tão próxima ao universo educacional: segundo Engel (2000, p. 182), "a primeira etapa é a identificação do problema, seguida do planejamento de uma solução, sua implementação e logo após o monitoramento das ações. Por último deve-se avaliar a eficiência da solução proposta. Tais etapas são bastante genéricas e podem se referir a uma infinidade de processos".

Tripp (2005) procura sumarizar os elementos que são considerados essenciais para diferenciar a pesquisa-ação destes outros processos. Para ele, é possível definir que a "pesquisa-ação é uma forma de investigação-ação que utiliza técnicas de pesquisa consagradas para informar a ação que se decide tomar para melhorar a prática" (p. 447).

Segundo Engel (2000), a pesquisa-ação pode ser identificada por seis características essenciais:

- A pesquisa deve se tornar um processo de aprendizagem para todos os participantes, sejam eles professores, cidadãos ou pessoas ligadas aos movimentos sociais;
- O critério de avaliação dos resultados de uma pesquisa-ação deve ser medido pela utilidade das ações realizadas pelos participantes. Ou seja, estes dados devem ser aplicados em estratégias e produtos produzidos pelos participantes, sendo capazes de alterar seus contextos e práticas;
- Para Engel, a pesquisa-ação pode ser identificada como situacional. Ou seja, é dada a partir de um diagnóstico de um problema específico em uma situação específica, em que então se tem como objetivo atingir um determinado objetivo. Por isso a análise do contexto é um dos fatores importantes para esse tipo de pesquisa;
- Autoavaliação. Há um processo de feedback constante em todas as etapas do processo, pois é preciso monitorar e intervir diante do processo do fazer-pesquisa. Isso significa mudanças de rota, adequações, modificações a fim de produzir um resultado mais efetivo;
- Por último, a pesquisa-ação tem a característica de ser cíclica, pois "as fases finais são usadas para aprimorar os resultados das fases anteriores" (p. 185).

A pesquisa-ação começa com um reconhecimento da situação para, então, projetar e implementar modificações que melhoram a prática. É por isso que Tripp (2005, p. 247) identifica que “a pesquisa-ação ao mesmo tempo altera o que está sendo pesquisado e é limitada pelo contexto e pela ética da prática”. Com este tipo de pesquisa, é possível agir colaborativamente para atuar de forma mais efetiva nas realidades comunicacionais que estas comunidades vivem em meio aos desertos de notícias.

Os convites para as oficinas foram enviados pelo WhatsApp uma semana antes do primeiro encontro com o grupo, que ocorreu de forma remota. Para o grupo de Caruaru, foi realizado no dia 30 de março de 2023 via ferramenta de videoconferência Google Meet. O encontro remoto com os convidados de Bezerros foi em 4 de maio de 2023, também pelo Google Meet. Nesses encontros, o projeto foi apresentado ao grupo e foi feita uma apresentação dos integrantes da equipe (professores e estudantes) e dos participantes. Foi ainda mostrada a dinâmica da parte presencial da oficina, realizada, respectivamente, nos dias 1º de abril, em Caruaru, e 6 de maio, em Bezerros.

A oficina presencial foi dividida em dois momentos. Pela manhã, os participantes tiveram acesso a informações sobre como produzir conteúdos informativos para mídias sonoras e audiovisuais e como gerir esses produtos nas redes sociais on-line. À tarde, divididos em equipes, foram produzidos conteúdos para mídias sonoras e audiovisuais. Depois, houve uma rodada de apresentação dos projetos desenvolvidos em grupos e análises da produção com dicas para que continuassem produzindo após a oficina. Foram disponibilizados para os participantes o ebook e as videoaulas do projeto. Todo o conteúdo é voltado para produção por meio de dispositivos móveis, especialmente *smartphones*. Os *softwares* indicados para edição são gratuitos para facilitar o acesso e o manejo por parte dos atores sociais.

Depois da realização das oficinas, o grupo foi acompanhado pelos pesquisadores na produção de conteúdos de interesse para o movimento social e para o canal de notícias que cada participante tem. Essa etapa funcionou como uma espécie de mentoria na qual os materiais foram analisados e adaptados até ganharem a versão final.

Na fase de acompanhamento dos participantes das oficinas, foram recebidos conteúdos desenvolvidos por participantes do projeto. Dentre eles, destacamos dois. Edivaldo Magalhães enviou, uma semana após a formação, um vídeo com uma cobertura sobre os danos causados pela chuva que atingiu a cidade de Caruaru no mês de abril de 2023. Na ocasião, agradeceu pelo treinamento recebido e

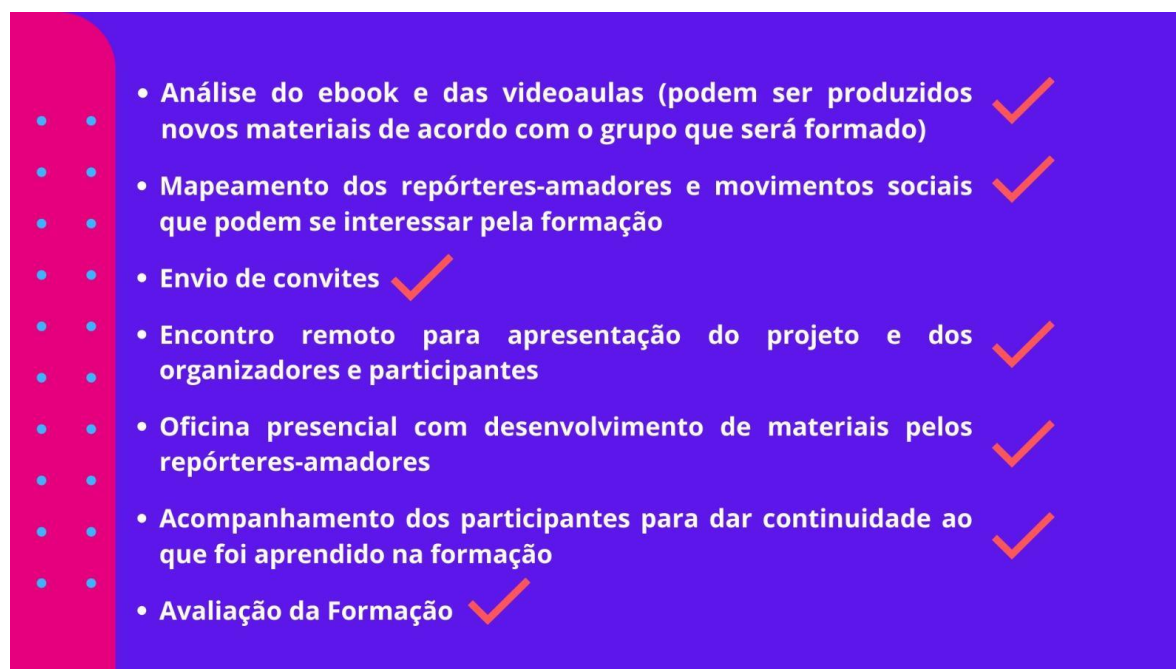
informou que, pela primeira vez, havia conseguido editar sozinho um dos materiais para postar em seu blog. Também foram enviados vídeos realizados por José Josivan contando histórias de moradores do município de Bezerros. A partir da iniciativa realizada em Caruaru e Bezerros, a equipe compreendeu a importância de disponibilizar o processo de formação em um site, que será lançado em breve. Dessa forma, a ideia é possibilitar o surgimento de novos grupos de repórteres-amadores, que atuarão como agentes de comunicação em regiões com temas que são pouco trabalhados pela mídia, mas que merecem atenção para superar os desertos de notícias, fenômeno-chave que contribui para a inovação social.

A partir dessa experiência piloto, então, foi desenvolvida uma metodologia para a replicação da formação em outras universidades e por outros grupos sociais. É o que será abordado na seção seguinte.

#### 4 Metodologia para aplicação da formação de repórteres-amadores

O processo de construção desta metodologia é fruto da pesquisa-ação realizada nos municípios de Caruaru e Bezerro. A teoria e a prática estavam juntas em torno de todo o processo de aplicação do projeto, que se propõe a aperfeiçoar as práticas de repórteres-amadores e, também, a compartilhar conhecimento com representantes de movimentos sociais. As etapas previstas, então, para multiplicação da formação proposta neste projeto são:

**Figura 1** - Etapas para formação de repórteres-amadores



**Fonte:** Os autores

A primeira parte, então, seria um momento para pessoas interessadas em aplicar a formação a partir da leitura do ebook e do acompanhamento das videoaulas e saber o que pode ser discutido e realizado sobre a produção de conteúdo para o audiovisual, as mídias sonoras e a internet. O próximo passo é realizar o levantamento de repórteres-amadores e, também, de movimentos sociais em atuação na região em que o projeto será desenvolvido. Depois, é realizada a etapa de envio dos convites e das confirmações das participações, o que pode ser feito por e-mail e por WhatsApp. O primeiro encontro do grupo pode ser remoto, uma vez que é uma oportunidade para que os conceitos básicos sejam apresentados; eles só serão aprofundados no dia da oficina presencial. No encontro remoto, também é a oportunidade para que todo o grupo se conheça (organizadores e participantes).

A oficina presencial funciona em dois momentos. Pela manhã, são focados os aspectos mais práticos da realização de produtos audiovisuais e sonoros, de gestão de conteúdos nas redes sociais e na internet. À tarde, é o momento para que os participantes possam desenvolver suas habilidades realizando vídeos e gravações para as mídias sonoras a partir de temáticas escolhidas pelo grupo. O compartilhamento dos produtos criados é importante para que todos possam contar um pouco da experiência de realizar as atividades com base no que aprenderam no período da manhã com os exemplos teóricos e práticos.

## **5 Considerações finais**

Após a realização do projeto, foi aplicada uma avaliação sobre o projeto, que foi respondida por seis participantes. Todos disseram que gostaram das oficinas. Comentaram afirmando: “Aprendi bastantes técnicas de como realizar uma reportagem e editá-la”; “Achei uma experiência nova, porém muito interessante. Dá para fortalecer nossos projetos e melhorar a qualidade de conteúdo ofertado”. Todos também aprovaram a dinâmica das oficinas. Um dos participantes disse: “A dinâmica foi maravilhosa, pois nos proporcionou a prática e a vivência da construção do conteúdo, mas achei pouco tempo para a parte de edição de vídeos, visto que é onde temos mais dificuldades”.

Sobre a etapa on-line, metade considerou que gostou, e a outra parte não gostou. Quem não gostou falou que não participou do encontro virtual e que prefere a dinâmica presencial. Todos responderam que conseguiram entender os conteúdos. Em relação aos conteúdos compartilhados na oficina, 66,7% disseram que não conheciam nada sobre os assuntos, e 33,3% afirmaram já ter tido contato.



Um deles escreveu: "Mas não sabia utilizar as ferramentas. Aprendi na oficina". Nunca participaram de oficinas nesse sentido 66,7% dos respondentes, e 33,3% já tiveram outras oportunidades. Todos disseram que recomendariam a formação para outras pessoas. Como sugestão para outros projetos, recomendaram a exploração de conteúdos ligados à comunicação popular e à escrita da notícia.

Com a aplicação da metodologia, espera-se possibilitar que temas sociais relevantes sejam reverberados pelos repórteres-amadores para o desenvolvimento das comunidades, como a de Caruaru e Bezerros, mas não somente para elas. A expectativa é que a iniciativa possa ser, de fato, replicada por outros grupos em outras regiões para a superação dos desertos de notícia e a dissolução de assimetrias<sup>4</sup>.

**Diego Gouveia Moreira**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4405-7194>

*Universidade Federal de Pernambuco, Núcleo de Design e Comunicação, Caruaru (PE), Brasil*

*Doutor em Comunicação pela UFPE*

*E-mail: [dmgouveia@gmail.com](mailto:dmgouveia@gmail.com)*

**Rodrigo Miranda Barbosa**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0053-3515>

*Universidade Federal de Pernambuco, Núcleo de Design e Comunicação, Caruaru (PE), Brasil*

*Doutor em Comunicação pela UnB*

*E-mail: [rodrigo.mbarbosa@ufpe.br](mailto:rodrigo.mbarbosa@ufpe.br)*

**Sheila Borges de Oliveira**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2614-2344>

*Universidade Federal de Pernambuco, Núcleo de Design e Comunicação, Caruaru (PE), Brasil*

*Doutora em Sociologia pela UFPE*

*E-mail: [sheila.boliveira@ufpe.br](mailto:sheila.boliveira@ufpe.br)*

---

<sup>4</sup> O processo de escrita deste artigo envolveu a participação dos três professores autores do trabalho. O primeiro se encarregou da apresentação da metodologia. O segundo autor foi o responsável pela fundamentação teórica, e a terceira autora contribuiu com o processo de reconstituição dos momentos das oficinas do projeto.

Recebido em: 11 de junho de 2023.

Aprovado em: 25 de agosto de 2023.

### Referências:

BENEZATH, RITA; REIS, Ruth. A mudança no ecossistema jornalístico e o deserto de notícias no espírito santo. **Anais do Seminário Comunicação e Territorialidades**, Espírito Santo, p. 1-8, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/poscom/article/view/32168>. Acesso em: 9 mai. 2023.

BORGES, Sheila. **O repórter-amador: uma análise das disposições sociais motivadoras das práticas jornalísticas do cidadão comum**. Recife: Editora Cepe, 2015

ENGEL, Guido Irineu. Pesquisa-Ação. **Educar**, Curitiba, n. 16, p. 181-191. 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008. 428p.

MARCONDES, Pyr. Todo poder aos micro-influencers! **Revista Proxima**. 05 de setembro de 2016. Disponível em: <http://www.proxima.com.br/home/proxima/blog-do-pyr/2016/09/05/opiniao-todo-poder-aos-micro-influencers.html>. Acesso em: 13 fev. 2017.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

NOVA classe média prioriza a troca de celular, aponta pesquisa. **Terra**, São Paulo, 2014. Disponível em: <http://economia.terra.com.br/nova-classe-media-prioriza-a-troca-de-celular-aponta-pesquisa,a20823efac7da310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>. Acesso em: 25 nov. 2014.

NOVE em cada dez brasileiros da classe C têm celular, diz pesquisa. **Jovem Pan**, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://jovempan.com.br/programas/jornal-da-manha/nove-em-cada-dez-brasileiros-da-classe-c-tem-celular-diz-pesquisa.html>. Acesso em: 26 abr. 2023.

PROJOR (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo). **Atlas da Notícia** [on-line]. São Paulo: 2018. Disponível em: <http://www.atlas.jor.br>. Acesso: 10 dez. 2021.

ROSSETTI, R. Categorias de inovação para os estudos em comunicação. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 14, n. 27, p. 63-72, jul-dez 2013.

ROSSETTI, R.; GOULART, E. Visão comunicacional da inovação: análise dos sentidos atribuídos à inovação na Revista da Intercom. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 21, n. 45, p. 147-164, jan-abr 2020.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23 ed. São Paulo: Cortez Editora, 2015.

SOUZA, Jessé. **Os batalhadores brasileiros**: nova classe média ou nova classe trabalhadora?. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012. 404 p.

SBARAI, R. S. A. “Minha notícia, IReport e OhmyNews: modelos de cooperação ou colaboração no jornalismo digital?” In: LIMA JUNIOR, W. T. (org.). **Comunicação, tecnologia e cultura de rede**. São Paulo: Momento Editorial, 2011, p. 12-39. Disponível em: <http://www.livroteccred.blogspot.com>. Acesso em: 10 out. 2012.

TRIPP, David. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. **Educação e Pesquisa**, v. 31, p. 443–466, 2005.

*Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC 4.0), que permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho para fins não comerciais, e embora os novos trabalhos tenham de lhe atribuir o devido crédito e não possam ser usados para fins comerciais, os usuários não têm de licenciar esses trabalhos derivados sob os mesmos termos.*