
Formação de repórteres-amadores para produção de conteúdo no Agreste de Pernambuco¹

Eduardo Severino da SILVA²
Alice Alves Pires de CARVALHO³
Cecília Souza da SILVA⁴
Dyego Mendes do NASCIMENTO⁵
Larissa de Souza PINTO⁶
Nicoly Cristina da Rocha GREVETTI⁷
Paula Beatriz da Silva LIMA⁸
Rayanne Elisa da Silva SANTOS⁹
Nilton Ricardo de Lemos SOARES¹⁰
Diego Gouveia MOREIRA¹¹
Rodrigo Miranda BARBOSA¹²
Sheila Borges de OLIVEIRA¹³
Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, PE

RESUMO

A proposta deste artigo é apresentar um projeto de pesquisa-ação que pretende mapear, capacitar e acompanhar os cidadãos comuns, que atuam nas cidades de Caruaru e Bezerros, na Região Agreste de Pernambuco, e produzem conteúdo para dar visibilidade a temas sociais importantes para as comunidades locais, mas que ficam de fora das agendas dos veículos da grande imprensa daquele estado. Essas pessoas elaboram conteúdo por meio de espaços autorais em plataformas digitais, aplicativos, redes

¹ Trabalho apresentado no IJ07– Comunicação, espaço e cidadania, da Intercom Júnior – XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Graduando do 5º período de Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e-mail: eduardo.severinos@ufpe.br

³ Graduanda do 7º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e-mail: alice.pires@ufpe.br

⁴ Graduanda do 5º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e-mail: ceci.recife.8@gmail.com

⁵ Graduando do 8º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e-mail: dyego.mendes@ufpe.br

⁶ Graduanda do 4º período do Curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e-mail: larissa.souzap@ufpe.br

⁷ Graduanda do 7º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e-mail: nicoly.grevetti@ufpe.br

⁸ Graduanda do 7º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e-mail: paula.bslima@ufpe.br

⁹ Graduanda do 8º período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e-mail: rayanne.elisa@ufpe.br

¹⁰ Graduando do 5º período de Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e-mail: nilton.ricardo@ufpe.br

¹¹ Orientador e professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e-mail: diego.moreira@ufpe.br

¹² Orientador e professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e-mail: rodrigo.mbarbosa@ufpe.br

¹³ Orientadora e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e-mail: sheila.boliveira@ufpe.br

sociais e até em grupos de WhatsApp. Para realizar essa investigação, utilizaremos como referencial teórico os conceitos de repórter-amador, de Borges (2015), e inovação social, segundo Rosseti (2013). A pesquisa-ação é realizada, para Tripp (2005), como estratégia metodológica de formação para aprimorar ações pedagógicas. Ademais, esta pesquisa atua com objetivo de preencher os desertos de notícias presentes na região, bem como proporcionar a redução das Desigualdades, dado que age no incentivo da produção de conteúdos noticiosos que propiciem, assegurem os direitos humanos, contribuindo, assim, para uma diminuição da desigualdade social.

PALAVRAS-CHAVE: Repórter-amador; Inovação Social; Informação; Agreste; Pernambuco.

Introdução

Na sociedade multimidiática de hoje, na qual as pessoas têm o acesso facilitado aos meios de comunicação através da Internet e redes sociais, vemos cada vez mais a emergência de cidadãos comuns que se apropriam das tecnologias para assumir o lugar de comunicador da sua região (BORGES, 2015). Esse cidadão, depois de muito tentar a atenção dos conglomerados de mídia de forma participativa, toma as rédeas da comunicação e desenvolve de forma amadora vídeos e textos noticiosos sobre sua comunidade.

Para Jenkins (2008), não há mais divisões entre o produtor e o receptor da notícia, visto que todos, a partir do momento que possuem acesso à tecnologia, podem ser emissores de conteúdo. Querendo se ver livre dos vieses políticos e econômicos que percorrem os grandes veículos, o repórter-amador, conceito de Borges (2015), busca trazer a sua realidade à tona, cobrindo por conta própria os desertos noticiosos, lugares que são esquecidos pela mídia corporativa.

Em um cenário em que cada vez mais as pessoas consomem *fake news*, saber produzir uma notícia que se atenha à verdade, sem sensacionalismo, torna-se cada vez mais necessário. Tendo em vista a necessidade de quebrar o monopólio da notícia das mãos da grande mídia, este artigo propõe-se a descrever o projeto organizado na Universidade Federal de Pernambuco, no Centro Acadêmico do Agreste, que tem como objetivo formar repórteres-amadores e integrantes de movimentos sociais para produzirem notícias para suas comunidades nas cidades de Caruaru e Bezerros.

O projeto de pesquisa e extensão Formação de Repórteres-amadores tem em vista a oferta de oficinas que abordam assuntos em relação à produção da notícia, seja ela textual, em mídia sonora ou visual, abordando a gestão desses conteúdos na internet e a ética dentro da comunicação. Para auxiliar nessas oficinas, os alunos, pertencentes ao projeto, participaram de oficinas sobre os mesmos assuntos, ministradas pelos professores Diego Gouveia, Sheila Borges e Rodrigo Barbosa. A ideia foi formar os estudantes para que eles possam replicar o processo de aprendizagem com o público beneficiário do projeto.

Pretende-se, com o processo aqui exposto, formar esses cidadãos para que a comunicação dentro de suas comunidades seja produzida de forma ética, aproximando-se mais do cuidado com o apurar, entrevistar e redigir do fazer profissional do jornalismo, uma vez que é inviável que a notícia, em uma sociedade multimidiática e que possui acesso à diferentes plataformas, se limite apenas aos conglomerados midiáticos.

O que é o projeto de formação de repórteres-amadores para inovação social?

O avanço da tecnologia, juntamente com a Internet e a acessibilidade que os *smartphones* trazem à diferentes plataformas on-line, possibilitou que fossem borradas as linhas entre emissor e receptor. Segundo Borges (2015), o repórter-amador é aquele indivíduo que consome informação, interage com os veículos de comunicação e dá um passo além, criando um espaço autoral para produzir a própria notícia. Essa cultura participativa é potencializada pela explosão das tecnologias, sendo um fenômeno de criação e compartilhamento de conteúdos entre os receptores, que crêem que suas contribuições importam para os outros (JENKINS, 2008).

Tendo em mente a emergência desses receptores assumindo os papéis de emissores dentro de suas comunidades, procurando se livrar das amarras políticas, sociais e econômicas do conglomerados midiáticos, a pesquisa encabeçada pelos professores da Universidade Federal de Pernambuco, Sheila Borges, Diego Gouveia e Rodrigo Barbosa tem, fundamentalmente, dois objetivos. O primeiro é realizar um mapeamento dos repórteres-amadores, apoiado nas pesquisas de Borges (2015) nas cidades de Caruaru e Bezerros, que criam canais próprios para elaborar notícias, e, também, de movimentos sociais das duas cidades com integrantes interessados em atuar

como agentes de comunicação. O segundo é dar formação especializada a esses cidadãos que se sentem motivados a atuar nos desertos de notícia daquela região.

A pesquisa se dará inicialmente com um mapeamento dos repórteres-amadores em Caruaru e Bezerros, incluindo também grupos e movimentos sociais que produzem notícias em suas comunidades. Após esse mapeamento, serão desenvolvidas oficinas de formação para promoção da inovação social a partir da produção de conteúdos informativos de cunho social, bem como um processo de elaboração da notícia e aprimoramento das estratégias de produção informativa para aqueles repórteres amadores que já possuem relevância em suas regiões.

De acordo com Tripp (2005), a pesquisa-ação possui um viés educacional e procura unir a pesquisa em conjunto com a prática, podendo ser usada como formação de profissionais para que suas qualidades sejam aprimoradas. Segundo Tripp (2005), 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) e, por isso, se diferencia de outros métodos de pesquisa.

Ao utilizar esse formato de pesquisa, acredita-se poder agir de forma colaborativa e mais efetiva nas realidades comunicacionais que essas comunidades vivem, ajudando a combater esses desertos de notícias sem precisar depender dos veículos comunicacionais tradicionais, contribuindo, dessa forma, para 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” (TRIPP, 2005, p. 160).

A pesquisa em comunicação inovadora busca entender como mudam os modos de produzir, distribuir e consumir conteúdos a partir da integração de novas mídias e do hibridismo de linguagens. Procura, também, debruçar-se sobre a economia criativa, especialmente o ramo das indústrias criativas e as contribuições para o desenvolvimento dos territórios.

A produção de conteúdo comunicacional relevante para a sociedade no cenário das mídias conectadas se dá no cenário da integração entre os meios de comunicação, da reformulação dos modelos de negócios (JENKINS; GREEN; FORD, 2014), da montagem de indústrias criativas para desenvolvimento regional, além de criação de estratégias para supressão de diferenças sociais. Essas são perspectivas importantes para o entendimento da inovação na comunicação que contribuem para a inovação social.

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 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, p. 64).

A inovação social, por meio de respostas novas e socialmente reconhecidas que visam e geram mudança social ligando simultaneamente três atributos: satisfação de necessidades humanas não satisfeitas por via do mercado; promoção da inclusão social e capacitação de agentes para transformação social.

Para que a equipe do projeto desenvolvesse o trabalho junto aos repórteres amadores, auxiliando nos conteúdos e atividades das oficinas de formação especializada, os alunos envolvidos no projeto realizaram três oficinas, ministradas pelos orientadores do projeto.

Oficinas de formação dos estudantes

Os professores coordenadores da pesquisa realizaram cursos de formação com os estudantes que trabalham no projeto. Eles foram divididos em três dias, com os temas cultura da convergência, produção de notícias por repórteres-amadores e produção audiovisual da notícia.

O primeiro dia de oficina foi ministrado por Sheila Borges e Diego Gouveia, para falar sobre a cultura da convergência de Henry Jenkins (2008), abordando assuntos como multimídia, crossmedia e deserto de notícias. Para Jenkins (2008), a cultura da convergência é o espaço onde as mídias novas e velhas colidem, bem como os papéis do produtor de mídia e do consumidor se confundem, configurando-se de outras maneiras. Hoje, nós passamos pela multimídia, onde há um grande fluxo de

conteúdo dentro dessas inúmeras plataformas, cruzamento de diferentes mercados midiáticos e o público pode transitar nesses espaços em busca da experiência que desejam.

Esse processo é uma transformação cultural, visto que “os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2008, p. 30). A transmídiação faz parte desse processo quando permite que a junção de várias mídias crie um universo midiático para determinado produto. Não se pode confundir transmídia com crossmídia, pois crossmídia se refere ao mesmo conteúdo aplicado em diferentes mídias. Transmídia, no conceito compreendido por Jenkins (2008), refere-se a uma diversidade de conteúdos, em diferentes mídias, que se completam como um quebra cabeça. Jenkins (2008) utiliza a relação dos filmes com os videogames, e o potencial dos jogos eletrônicos de expandir as narrativas criadas nos longas metragem.

A cultura participativa vai também fazer parte desse processo (JENKINS, 2008), visto que as linhas entre emissor e receptor vão se tornar borradas. Com o acesso à Internet e aos meios de comunicação, qualquer pessoa pode dar sua opinião sobre algo e fazer parte de um processo de troca entre emissor e receptor. Ao se deparar com uma situação que acontece em seu bairro, um morador decide entrar em contato com a imprensa local para buscar uma representatividade para seu problema. Com a multiplicação dos dispositivos audiovisuais as pessoas começaram a registrar situações que ocorriam em suas comunidades e a televisão começou a incorporar esse conteúdo, ainda que fugisse do padrão. Hoje, jornais das grandes mídias têm quadros em que apresentam vídeos e reclamações dos espectadores.

O repórter-amador dá um passo a mais. Ao se deparar com o deserto de notícias, pois mora em uma região que não tem cobertura midiática e é esquecida pelos conglomerados de mídia, ele toma para si o papel de comunicador. A professora Sheila Borges, em sua oficina, abordou os assuntos de sua tese intitulada “O repórter-amador: uma análise das disposições sociais motivadoras das práticas jornalísticas do cidadão comum” (Borges, 2015), que deu início à pesquisa do projeto de formação de repórteres amadores.

O primeiro passo do repórter-amador é consumir notícias. Ao não se sentir representado pelos conglomerados midiáticos, ele vai interagir enviando comentários e

sugestões de pautas para os veículos, que, quando aceitam as sugestões, podem identificá-los como co-produtores da informação. O repórter-amador, no entanto, cria um espaço autoral para produzir a própria notícia à revelia dos veículos de comunicação.

A diferenciação entre o repórter-amador e o jornalista ocorre através da função desempenhada por cada um dentro do ambiente jornalístico. Conforme Borges (2015) relata em sua tese, o trabalho do repórter-amador não é remunerado e sua atividade exercida na produção de notícias acontece de maneira voluntária, em seu tempo livre, no qual se dedica a ler, se informar e buscar melhores condições para sua comunidade.

Já o jornalista, por na maioria das vezes estar inserido em um meio empresarial, possui demandas a serem seguidas e executadas, ele recebe uma remuneração, dedica seu tempo ao trabalho, tem uma rotina, possui um espaço permanente no meio jornalístico, entre outras características. Em sua tese, Borges analisa seis indivíduos com profissões distintas e que não possuem nenhuma relação com o jornalismo. Todos eles colaboram com a grande mídia, mas não compõe regularmente o meio jornalístico.

Na tese de Borges (2015), é possível perceber que o fazer jornalístico vai muito além de uma sala de redação, existe uma grande rede de colaboração entre diversos departamentos que torna possível a chegada da notícia até seus receptores. Vários são os motivos que levam os indivíduos a quererem se engajar com a produção de notícias “Os indivíduos interagem em função de diversas motivações, que os levam a se engajar, independentemente de qualquer tipo de pertencimento institucional” (BORGES, 2015, p. 75).

O segundo dia de oficinas contou com a orientação do professor Diego Gouveia, que abordou a produção audiovisual da notícia, e suas possibilidades e aplicabilidades na produção por parte do repórter-amador. A importância dessa oficina, para a formação dos repórteres-amadores, se deve ao fato de que, segundo Spinelli (2012), a produção audiovisual jornalística passa a ser utilizada como um elemento que auxilia na compreensão e no desenvolvimento das narrativas que se estabelecem pela convergência das mídias no ambiente digital.

Tendo em vista que a produção audiovisual, por parte do repórter-amador, é pautada pela cultura da convergência e pelos formatos presentes nas redes sociais digitais, é fundamental entender como se dá o processo de produção para os meios de

comunicação atuais. Inicialmente, o processo de produção se dá pela proposta do conteúdo que deseja construir para o meio audiovisual. Nesse sentido, busca-se, inicialmente, coletar todas as informações pertinentes em relação ao assunto abordado, que justifiquem a importância daquele conteúdo, baseada nos critérios de noticiabilidade, explanados por Silva *et. al* (2021).

Após a reunião das informações, busca-se fazer a roteirização de todo o conteúdo coletado, para que, enfim, possa ser realizada a realização da notícia, de acordo com as técnicas e diretrizes do audiovisual informativo. A partir disso, é possível realizar a construção do texto de uma notícia audiovisual, englobando a coleta de imagens para o *off*¹⁴, a realização de entrevistas para as sonoras da matéria, e a realização da passagem.

Após este processo de roteirização e coleta das informações, faz-se a montagem do conteúdo audiovisual, por meio da edição, onde, neste processo, acontece a organização das informações obtidas, utilizando-se, preferencialmente, o modelo de pirâmide invertida, apontado por Marques de Melo (2000) como sendo um modelo de estruturação o conteúdo jornalístico partindo da informação mais importante e em sequencia as menos importante daquela notícia, proporcionando ao leitor um entendimento mais claro e objetivo da informação..

Dessa forma, a oficina voltada para a formação de repórteres-amadores engloba como se dá o processo de produção audiovisual da notícia de forma geral, mas enfatizando as possibilidades de realizar este processo a partir de dispositivos móveis, visando uma maior acessibilidade para os indivíduos envolvidos.

O terceiro dia do curso, com a orientação do professor Rodrigo Barbosa, teve a proposição de abordar o planejamento de comunicação e a publicação do conteúdo. Pensando nas novas dinâmicas de interação social mediadas pelo digital, o planejamento ancora-se no contexto do consumo de informação a partir das redes sociais on-line, estas últimas têm mudado radicalmente a maneira como nos comunicamos. De acordo com Raquel Recuero (2009), as redes sociais possuem um alcance comunicacional em escala global, tendo em vista esse potencial das redes, a produção de notícias, por exemplo, precisou estabelecer novas formas de propagar o conteúdo produzido nas redações.

¹⁴ Termo utilizado no jornalismo para se referir a uma locução coberta por imagens.

O planejamento de mídia consiste, primeiramente, na observação das principais características de cada meio de comunicação e das redes em que serão propagados os conteúdos informativos, atendendo à dinâmica de cada meio. A estruturação de um planejamento de mídia envolve o *briefing* no qual são colhidas as informações básicas e os investimentos da concorrência em mídia, além disso, estratégias e táticas de mídia, e, por fim, mapas de programação com o cronograma de veiculação, as programações e os resultados simulados.

Na estratégia de mídia, é justificada a importância de cada meio de comunicação, o seu papel no contato com o consumidor e sua função na campanha considerando as características de cada meio que compõe o plano. Já nas táticas de mídia, são definidos os critérios da veiculação e quais os veículos, programas e títulos que serão utilizados na campanha. Além disso, existe a análise e seleção dos veículos e suas subdivisões e, também, a definição do formato a ser utilizado em cada veículo para atingir o público. Tendo em vista essa multimídia é imprescindível saber onde o público está. Com uma oferta significativa de informações e plataformas, se faz necessário compreender as dinâmicas e particularidades de cada rede, bem como de seus potenciais consumidores.

A partir da formação dos estudantes, será possível a formação dos repórteres-amadores após mapeamento que está sendo realizado pela equipe de realização do projeto.

O mapeamento dos repórteres-amadores de Caruaru e Bezerros

Serão mapeados os movimentos sociais com atuação em Caruaru e Bezerros e os cidadãos que tenham espaços autorais nas mesmas cidades do Agreste.

Para o mapeamento dos indivíduos citados, será realizada uma pesquisa para descobrir quais são os principais veículos de comunicação on-line da região e quem são as pessoas por trás desses espaços digitais.

Após o primeiro contato com esses indivíduos, será realizado um questionário para uma radiografia contextual, mostrando como algumas disposições se transformam em ações sob determinadas circunstâncias.

Em uma pesquisa exploratória inicial, identificamos que, na região, alguns movimentos sociais com as seguintes linhas de atuação: negras e negros, trabalhadores rurais sem terra, por meio do Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra (MST), trabalhadoras rurais, com o Movimento da Mulher Trabalhadora Rural Nordeste (MMTR-NE), pessoas com deficiência (Associação de pessoas com deficiência de Caruaru), Mulheres (Marcha Mundial de Mulheres), Crianças e Adolescentes (Conselho Tutelar de Caruaru), LGBT (Lutas e Cores), Juventudes (Lutas e Cores), Movimento Estudantil, Idosas e Idosos e Liberdade Religiosa (Terreiros de Caruaru). Também, no mesmo sentido, estamos começando a mapear os cidadãos que estão instituindo espaços autorais na internet.

Após um mapeamento dos movimentos, serão desenvolvidas oficinas de formação de repórteres-amadores para promoção da inovação social em Caruaru a partir da produção de conteúdos informativos com temas sociais.

As oficinas para formação dos repórteres-amadores

A pesquisa ação começa com um reconhecimento da situação para então projetar e implementar modificações que melhoram a prática, é por isso que Tripp identifica que “a pesquisa-ação ao mesmo tempo altera o que está sendo pesquisado e é limitada pelo contexto e pela ética da prática.” (2005, p. 447)

Com este tipo de pesquisa, acreditamos poder agir de forma colaborativa de forma mais efetiva realidades comunicacionais que estas comunidades vivem de desertos de notícias.

Para o planejamento e produção com os membros das comunidades identificadas serão oferecidas oficinas para grupos de 20 integrantes. Tais números são estipulados para que sejam encontros mais frutíferos e que a equipe formada pelos professores possam acompanhar de perto o desenvolvimento dos conteúdos produzidos pelos grupos. Será uma série de oficinas em Caruaru e outra em Bezerros. As oficinas serão realizadas em um sábado com os seguintes conteúdos:

Pela manhã, serão tiradas dúvidas sobre conceitos importantes para o curso como comunicação, tratamento dado pela mídia às temáticas sociais, direito humano à Comunicação e o repórter-amador; os meios de comunicação e a cultura da

convergência. Todos os participantes vão receber vídeo aulas e um *ebook*¹⁵ com os conteúdos que serão trabalhados ao longo da formação antes do encontro presencial. Depois, haverá oficinas para produção de *podcasts*¹⁶ e produção audiovisual da notícia. À tarde, haverá a edição do material e apresentação dos produtos.

As vídeo aulas e o *ebook* vão levar para o público da oficina conteúdos que ajudem a pensar o papel da comunicação na sociedade e também a analisar criticamente os conteúdos que são publicados atualmente. A partir disso, será apresentada a noção da comunicação como um direito humano, que vai além de ter liberdade de expressão, mas que prevê também a possibilidade de elaborar seus próprios conteúdos para se comunicar. Assim, o grupo conhecerá o que é um repórter-amador e como atua, além de conhecer os meios de comunicação e as possibilidades de canais de comunicação na atualidade. Também haverá conteúdos centrados na linguagem escrita e visual. O grupo conhecerá meios para estruturação de notícias e também receberá dicas para produção de fotografias.

O encontro presencial, apesar de ter os conteúdos também trabalhados nas vídeo aulas e no *ebook*, tem como foco a produção para mídias sonoras e também nas mídias audiovisuais. Ainda versará sobre a gestão de conteúdo na internet, em sites e também em redes sociais e ética na comunicação.

Depois da realização das oficinas, o grupo será acompanhado pelos pesquisadores na produção de conteúdos de interesse para o movimento social que faz parte. Funcionará como uma espécie de mentoria em que os materiais serão analisados, adaptados até ganharem a versão final, que será compartilhada em um site e em redes sociais. Este projeto também prevê a criação de um site que reúna todos os conteúdos produzidos pelo grupo beneficiário do projeto e que funcione como uma agenda para a sociedade com informações sobre temas importantes para diversos grupos sociais. A ideia também é que o site sistematize toda a formação para que ela seja replicada em outros lugares.

¹⁵ Termo da língua inglesa utilizado para se referir a livros digitais.

¹⁶ Mídia sonora que possui semelhanças com o rádio, a diferença é que seguem o formato sobre demanda e não uma programação fixa.

Considerações Finais

Os alunos que participaram dos três dias de curso tiveram algumas atividades atribuídas que são elas: cada grupo seria responsável por colocar informações sobre a sua reportagem, vídeo e podcast em um site, cada grupo produziu um podcast e publicou na plataforma Anchor para que seja feita a distribuição do episódio, e, por fim, a reportagem foi publicada no canal do Youtube dos grupos responsáveis.

Após essa preparação interna, os professores e alunos do projeto vão ministrar oficinas para repórteres-amadores e integrantes de movimentos sociais em Caruaru e Bezerros ao longo do segundo semestre deste ano. Depois, irão realizar uma mentoria para acompanhar as produções desses cidadãos em suas plataformas de conteúdo.

Para ampliar o crescimento de novos repórteres-amadores nas cidades de Caruaru e Bezerros, os integrantes do projeto vão entrar em contatos com as comunidades que não possuem tanta visibilidade por parte dos veículos de comunicação da região para promover a formação e a capacitação dos atores que atuam como agentes de comunicação por meio de espaços, na maioria das vezes, nas redes sociais. As oficinas possuem o intuito de ensinar os cidadãos dessas localidades carentes como funciona o processo de produção da notícia e como eles podem criar plataformas para divulgarem as próprias notícias à revelia dos veículos de comunicação.

Assim, esse cidadão comum, alçado ao papel de repórter-amador, pode preencher os desertos de notícias do Agreste de Pernambuco, exercendo a sua cidadania ao dar visibilidade a pautas que interessam às suas comunidades locais e que não são contempladas pela mídia corporativa.

Dessa forma, este projeto contribui para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU quando se propõe a oferecer uma educação, a partir das formações, inclusiva, equitativa e de qualidade para o público beneficiário com oportunidade de aprendizagem. Também auxilia na igualdade de gênero, ao possibilitar que movimento de mulheres e pessoas LGBTQIAP+ possam produzir conteúdos que contribuam para seu empoderamento. Por fim, esta pesquisa também atua na Redução das Desigualdades porque oferece condições para produção de conteúdos noticiosos que promovam, garantam e efetivem direitos, contribuindo, assim, para uma diminuição da desigualdade social.

REFERÊNCIAS

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

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

JENKINS, H., GREEN, J., FORD, S. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

MELO, José Marques de. **Jornalismo: compreensão e reinvenção**. Editora Saraiva, 2000.

RECUERO, Raquel. **Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet**. Rio Grande do Sul: Universidade Católica de Pelotas, 2009.

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.

SILVA, Gislene; DA SILVA, Marcos Paulo; FERNANDES, Mario Luiz. **Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações**. Editora Insular, 2021.

SPINELLI, Egle Müller. **Jornalismo audiovisual: gêneros e formatos na televisão e internet**. *Revista Alterjor*, v. 6, n. 2, p. 1-15, 2012.

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