

Campus Social: Responsabilidade Social e histórias de interesse humano¹

Ariane Frassato GENEROZO²
Guilherme Fenelon Santos DORINI³
Matheus Henrique Rodrigues PAIVA⁴
Tiago Samuel de MORAES⁵
Daniela Pereira BOCHEMBUZO⁶
Jéssica de Cássia ROSSI⁷
Universidade do Sagrado Coração, Bauru, SP

RESUMO

Em um contexto em que organizações, empresas, entes públicos e governos têm seus papéis questionados quanto suas contribuições para a comunidade, este trabalho em questão descreve o desenvolvimento de uma edição piloto do jornal laboratório Campus Social, cujo objetivo é levar conteúdo informativo e interpretativo sobre responsabilidade social, voluntariado e histórias de interesse humano, através da reflexão sobre o processo de produção jornalística e valores-notícia. O trabalho ampara-se em pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e técnicas de captação, redação e edição jornalísticas, bem como de design gráfico. O produto é um jornal de suporte impresso, formato standart, com quatro páginas coloridas.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; jornalismo impresso; jornal-laboratório; responsabilidade social.

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o papel e a responsabilidade social das empresas, entes públicos, instituições entre outros tipos de organizações passaram a ser questionados de forma constante pela sociedade, como disserta Emilia Fabiana Rasquinha (2006):

A intervenção dos diversos atores sociais exige das organizações uma nova postura, calcada em valores éticos que promovam o desenvolvimento sustentado da sociedade como um todo. A questão da responsabilidade social vai, portanto, além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, Modalidade JO 03 - Jornal-laboratório impresso (avulso/ conjunto ou série).

² Líder do trabalho e estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração – USC. E-mail: ariane_frassato@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração – USC. E-mail: gui.dorini@uol.com.br.

⁴ Estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração – USC. E-mail: matheuspaiva@live.com.

⁵ Estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração – USC. E-mail: tiagomoraes@outlook.com.

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração – USC. E-mail: daniela.bochembuzo@usc.br.

⁷ Co-orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo, membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Mídia e Sociedade (GPECOM/USC), email: jessica.rossi@usc.br

comunidade. Significa mudança de atitude, numa perspectiva de gestão empresarial com foco na qualidade das relações e na geração de valor para todos. É importante ressaltar que a responsabilidade social é, ainda, um processo em crescimento em vários países do mundo e, principalmente, no Brasil. (RASQUINHA, 2006, p.1).

Atentos a essa tendência, teóricos da comunicação já ressaltavam a importância da recepção do público a respeito dos valores e posturas institucionais. Nesta perspectiva, Marcélia Lupetti (2012) enumera a necessidade de o planejamento de comunicação tornar público esses valores e, em alguns casos, até uma postura ativa sobre demandas sociais.

Cada vez mais os grupos de interesse têm afetado o comportamento das organizações de forma bastante ostensiva [...], influenciando e alterando, por vezes, as estratégias adotadas, sejam elas da gestão estratégica ou da gestão da comunicação. (LUPETTI, 2012, p.32)

Com visão semelhante sobre o assunto, Ana Leão (2006) defende que, no contexto atual, no qual a sociedade já considera a importância da preservação ambiental, da eliminação da miséria e da inclusão das minorias marginalizadas, que empresas e organizações abracem posicionamentos mais claros no nível ético e nas ações sociais, sob o risco de perder prestígio e dinheiro. “Ser ético é um grande negócio. A ética é um investimento que traz muitos frutos.” (LEÃO, 2006, p.1).

O empoderamento das minorias e a luta pela igualdade e garantia de direitos, atribuídos hoje à popularização da internet e, conseqüentemente, ao debate constante nas redes sociais digitais, não pode ser considerado fenômeno recente ou passageiro. Nelson Dacio Tomazi (2010) afirma que esse contexto começa a ser desenhado a partir da noção do Estado Moderno e as relações conflituosas intrínsecas ao capitalismo, industrialização, miséria, vida urbana, filosofia, guerras, avanços científicos e tecnológicos, totalitarismo, êxodos, socialismo, bem como a necessidade de manutenção da democracia.

A ideia de cidadania está relacionada ao surgimento do Estado Moderno e à expectativa de que este garanta os direitos essenciais dos cidadãos em determinado território. A conquista, a manutenção e a ampliação desses direitos dependem das ações dos indivíduos e dos grupos que lutam por seus interesses por meio dos movimentos sociais. (TOMAZI, 2010, p.134).

O jornalismo e sua função social, na perspectiva de Ciro Marcondes Filho (2009, p. 17), foram influenciados por essas transformações sociais, políticas e econômicas oriundas da “aventura” da modernidade, denominação do autor para sintetizar as inúmeras

rupturas e reviravoltas ocorridas desde o século XVIII. Em síntese, o jornalismo representaria a razão (a “verdade”, a transparência), o questionamento das autoridade, a crítica da política e a confiança no progresso.

Em mais de trezentos anos de história, o jornalismo adquiriu caráter educativo, testemunhal, opinativo, interpretativo e sensacionalista, como contextualiza Nilson Lage (2001), ao passo que também se desenvolveu com a ascensão do sistema capitalista, transformando-se também em um instrumento de manutenção do *status quo*. Segundo Marcondes Filho (2009), essa postura dos jornais impressos é uma herança clara do segundo jornalismo, período a partir do qual os veículos abandonaram posicionamentos políticos, ideológicos e até parte de seu pacto social com o público para firmar-se como empresas, cujo objetivo principal é a rentabilidade financeira, possuindo, portanto, interesses econômicos e políticos na escolha dos fatos e recortes noticiosos.

Sensíveis e muitas vezes na condição de vítimas da pobreza, violência, dos preconceitos e desigualdades, os públicos de interesse passaram a questionar a pertinência e as contribuições de organizações, governos e instituições para a efetivação da cidadania e a diminuição da desigualdade social. O trabalho noticioso, ainda que sujeito a condicionais editoriais, configura-se como um serviço público de informações sobre o cotidiano, no qual o jornalista assume o papel de agente inteligente com as delegações tácitas para apreender e interpretar os acontecimentos interessantes ao público. (LAGE, 2001).

Nesta perspectiva, pode-se afirmar que as temáticas relacionadas à responsabilidade social geram interesse dentro do jornalismo, bem como cobranças quanto à postura ética dos veículos de comunicação. Ana Estela de Sousa Pinto (2009) se vale da máxima que os consumidores da informação sempre estão em busca das notícias recentes ou que tenham alguma significância. “Além de serem novidade, as notícias são uma combinação de: importância e interesse. [...] Uma informação será tanto mais forte – e atrairá mais o leitor – quanto mais dessas características tiver.” (PINTO, 2009, p.60).

Para avaliar como a relevância é compreendida na seleção dos acontecimentos e eventos que irão ganhar tratamento jornalístico, é necessário, primeiro, uma digressão aos estudos teóricos da comunicação, no questionamento primário que explique porque as notícias se estabelecem desta forma. Luís Mauro Sá Martino (2013) expõe que grande parte dos inúmeros estudos em comunicação foi desenvolvida na “tentativa de compreender as transformações de um fato, do momento em que acontece até o instante em que atinge as páginas de um jornal ou a tela da televisão” (MARTINO, 2013, p.37). A Teoria dos Efeitos

a Longo Prazo vai situar os veículos de comunicação não como replicadores da realidade, mas como construtores de nova perspectiva do que é real, seguindo seus próprios métodos.

Entre as linhas de Estudo das Teorias dos Efeitos a Longo Prazo, os estudos sobre o *Newsmaking* englobam “caminhos e regras usados pelos meios de comunicação para enquadrar, isto é, organizar, um determinado evento. Em outras palavras, como a mídia conta uma história” (MARTINO, 2013, p.37). O relato projeta efeitos de sentido e direções de como a mensagem pode ser compreendida pelo leitor/receptor. A cultura profissional do jornalista, o meio de comunicação em que ele está inserido e a forma como a informação é apresentada vão influenciar no jeito que os leitores vão entender a notícia, processo que não é necessariamente consciente dentro da rotina de produção industrial na qual os jornalistas estão inseridos. Há uma assimetria entre o número infinito de acontecimentos dentro do fluxo contínuo da realidade e o espaço restrito disponível nos meios de comunicação.

Esse aparelhamento embutido na prática jornalística desenvolve olhar próprio para decidir quais informações possuem valores-notícia suficientes para ganhar espaço nos noticiosos, sobressaindo fatos sociais relevantes, inéditos, fantásticos e únicos. Retomando esses valores-notícia, Gaye Tuchman (1972), citado por Traquina (2008), centra esses valores na figura do jornalista. “[...] A perspicácia noticiosa é o conhecimento sagrado, a capacidade secreta do jornalista que o diferencia das outras pessoas” (TUCHMAN, 1972, p.85 *apud* TRAQUINA, 2008, p. 62). Traquina (2008) reforça que tal capacidade é instintiva, mal definida dentro das redações. “No entanto, uma conclusão geral dos estudos sobre os conteúdos dos media noticiosos é que as notícias apresentam um “padrão” geral bastante geral e previsível.” (TRAQUINA, 2008, p.63).

Entende-se que abordar as ações sociais, ONGs, instituições de caridade social e a questão do voluntariado, figura como uma oportunidade promissora de relacionar duas grandes atribuições da tribo jornalística: a função social do jornalismo e os valores-notícia, considerando o contexto social de pressão dos movimentos populares quanto às posturas institucionais das organizações em prol da comunidade, como enumera Lupetti (2012).

2. OBJETIVO

Produzir a edição piloto do jornal Campus Social tendo como referência o veículo de maior circulação da região de Bauru, o Jornal da Cidade e amparando essa produção na Teoria dos Efeitos a Longo Prazo. Através do produto laboratorial, levar conteúdo

informativo e interpretativo sobre responsabilidade social, voluntariado e histórias de interesse humano, bem como uma reflexão sobre o processo de produção jornalística.

3. JUSTIFICATIVA

Dentro do ambiente acadêmico, o desenvolvimento de um produto piloto experimental, junto com os conteúdos das disciplinas de Laboratório de Jornalismo Impresso I (Jornal) e Teorias da Comunicação, trata-se uma oportunidade de unir a prática jornalística com o embasamento teórico no processo de produção noticiosa, muitas vezes suprimido pelas inúmeras obrigações do profissional da comunicação e pelo ambiente redacional que impõe uma postura mais instintiva do que reflexiva.

Para a produção de uma edição piloto de um jornal sobre responsabilidade social destinada ao público regional avaliou-se como pertinente realizar análise editorial do componentes relacionados ao Jornal da Cidade, veículo impresso de maior circulação na região. A partir da análise, notou-se a falta de uma editoria ou seção que abordasse especificamente a caridade social e assuntos correlacionados como o terceiro setor, voluntariado e responsabilidade social, ainda que de forma sazonal. Mesmo com reportagens sobre a temática veiculadas regularmente, a falta de um debate mais aprofundado sobre as demandas sociais por falta de um espaço direcionado para tal, implica em cobertura limitada sobre assunto com um amplo interesse noticioso.

Do ponto de vista teórico, a escolha dessa abordagem justifica-se pela veiculação de histórias de interesse humano, portadoras naturais de valores-notícia. Um espaço para conteúdos sobre solidariedade, terceiro setor, responsabilidade social e voluntariado seria fundamental para empresas regionais divulgarem balanços de suas ações sociais, apresentar iniciativas de ONGs e instituições sem fins lucrativos que atuam no cenário local e denunciar problemas pertinentes ignorados pela sociedade. Além de uma oportunidade de produzir conteúdo noticioso que impacte positivamente entre os leitores, a reflexão, tão suprimida no cotidiano das redações, como lembra Traquina (2008), pode ser um caminho de novas inferências sobre o jornalismo como instrumento de modificação da sociedade.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para delimitar a proposta editorial da edição piloto, de forma mais tangível com a realidade dos veículos de comunicação regionais, o grupo realizou pesquisa em seis edições

do Jornal da Cidade, único noticioso diário do município, publicadas entre os dias 17 a 22 de abril de 2015, sob os métodos qualitativo e quantitativo encontrados no trabalho de Marconi e Lakatos (2010). As inferências sobre os gêneros jornalísticos foram feitas com base nos conteúdos desenvolvidos em sala de aula. Nota-se, de forma preliminar, com uma análise quantitativa do conteúdo jornalístico (ignorando espaços publicitários, o espaço do texto na página e os classificados), uma predominância do tipo interpretativo e informativo.

Dos 411 conteúdos encontrados durante a análise do corpus selecionado, 75% eram reportagens, notícias e notas de rodapé - destes, 25% são de matérias de página inteira, grandes reportagens ou matérias em profundidade, com textos relacionados e comentários com fins interpretativos; 7,5% eram colunas, a maioria delas restrita a bastidores do poder, do esporte regional e da vida social na cidade; 10,7% constituía-se conteúdo do gênero opinativo, reunindo as Entrelinhas e artigos de colaboradores - o que reflete de alguma forma, mesmo que implícita, o posicionamento do veículo; e 6,8% de opinião dos leitores, cuja seleção também implica com a angulação do jornal.

Enxergando a caridade social e o voluntariado como opções plausíveis na concepção de um produto noticioso de amplitude regional, foram delimitadas a proposta editorial, gráfica e a seleção dos assuntos que poderiam ser abordados, levando em consideração o aproveitamento de recursos e viabilidade financeira. A pesquisa bibliográfica/documental contemplou referências sobre as teorias da comunicação e do Jornalismo, como, Nelson Traquina (2008), Luís Mauro Sá Martino (2013), Ciro Marcondes Filho (2009), Mauro Wolf (2005) e Ana Estela de Sousa Pinto (2009).

Com o nome de Campus Social, o desenvolvimento da proposta se deu em várias etapas. Agregando o referencial teórico dos Estudos sobre o *Newsmaking*, estabeleceu-se que o produto abrangeria o cenário regional, contextualizando problemáticas e tendências sobre a Responsabilidade Social de forma mais próxima ao cotidiano dos leitores.

Consequentemente, as ideias e assuntos para a elaboração das pautas foram definidas quanto a pertinência, relevância para a região e pela disponibilidade das fontes de informação, privilegiando os assuntos que contemplassem o maior número possível de critérios de noticiabilidade. Outra decisão editorial foi estabelecer que a angulação das matérias deveria promover a mobilização social e novas perspectivas sobre os assuntos abordados, desta forma, contribuindo com a comunidade.

Em seguida, foram realizadas reuniões da equipe para discussão de pautas mais pertinentes para a edição piloto, a partir das diretrizes da proposta editorial descritas acima.

Foi decidido que a edição teria uma grande reportagem em profundidade como manchete, além de três reportagens abrangendo diferentes áreas da Responsabilidade Social.

Outra preocupação do projeto foi trazer diversidade de gêneros jornalísticos, conteúdos e elementos para as páginas da edição piloto. Além das reportagens, foi decidido que o grupo convidaria um articulista com experiência no assunto para dissertar sobre o tema geral, além de uma entrevista especial e uma reportagem no estilo literário.

A apresentação visual do produto também foi objeto de discussão. Por unanimidade, o grupo decidiu diagramar o produto final e desenvolver o projeto gráfico da Campus Social, tendo em vista o controle e aprendizado em todas as etapas produtivas. A opção pelo formato *standard* levou em consideração a associação deste tamanho com a profundidade de conteúdo, bem como pelo aproveitamento editorial colocado como critério de avaliação da disciplina de Laboratório de Jornalismo Impresso I (Jornal).

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Segundo Traquina (2008), histórias com um grande fator de interesse humano, ou seja, de personalização, impacto e identificação projetada nos leitores, naturalmente contidas nas pautas sobre caridade social, são promissoras em valores-notícia. Da mesma forma, o exercício de um jornalismo centrado nestas questões remete à função social da profissão, o de informar, questionar, interpretar e revelar pontos que antes estavam obscurecidos ou demandas que afetam toda a sociedade.

O interesse público conversa diretamente com os critérios de noticiabilidade, e na figura do jornalista consiste na representação tácita dos interesses do público, um agente inteligente portador de um *ethos* digno de credibilidade.

Apesar da existência de várias classificações dos critérios de noticiabilidade, dentro do cenário latino-americano, como lembra Traquina (2008), a classificação de Galtung e Ruge é considerada a mais abrangente. A escolha das pautas para o desenvolvimento do jornal-laboratório seguiu três critérios principais: personalização, privilegiando assuntos que projetam interesse humano; composição, procurando uma diversidade de assuntos e uma pluralidade nas abordagens, tendo em vista equilíbrio editorial; e significação, selecionando fontes e acontecimentos próximos dos leitores.

Sob esses parâmetros, foram desenvolvidas quatro reportagens especiais para o jornal experimental Campus Social. A matéria de capa, denominada “Precisa-se de

voluntários”, que aborda a necessidade constante de mão de obra voluntária dentro das instituições de caridade bauruenses, atendeu, além dos critérios citados acima, os critérios de negatividade (pois todas encontram problemas com a falta de voluntários), frequência (trata-se de um problema constante e registrado em outras regiões) e magnitude (ouvindo instituições que prestam atendimento para milhares de pessoas na cidade).

O segundo assunto, “POC completa 20 anos de atividades”, além dos critérios de significação (pois se refere à entidade reconhecida dentro da periferia local), personalização (foram ouvidas crianças influenciadas positivamente pelo projeto) e composição (um tema mais ameno frente à reportagem de capa e à reportagem seguinte, ambas negativas), apresentou os critérios de consonância, pelo evento de comemoração de duas décadas da entidade Pequenos Obreiros de Curuçá (POC).

A pauta seguinte, “Os dilemas da redução da maioria penal”, é o tema que mais se relaciona aos três critérios gerais escolhidos no desenvolvimento do produto noticioso, pois envolve personalização (refere-se a dilemas que interessam grande parte dos brasileiros, como redução da maioria penal, educação pública e violência urbana), significação (pois implica em noções éticas e ideologias) e composição (abordado de forma equilibrada entre a reportagem anterior e a próxima), além de continuidade (um assunto já abordado pela mídia anteriormente) e uma alta carga de negatividade.

A reportagem de encerramento foi escolhida pela personalização e composição do jornal-laboratório. “Entre a bricolagem e a solidariedade” aborda a ação social de um grupo de senhoras que arrecada, a partir das redes sociais, lãs e linhas para a confecção de agasalhos, entregues a pessoas carentes; além do interesse humano, a reportagem trouxe entrevistadas com posicionamentos positivos, mesmo em se tratando de assunto relacionado à pobreza e à marginalidade social. O enfoque da reportagem não foi a negatividade e, sim, que é possível, mesmo em idade avançada, promover ações sociais eficazes.

O articulista convidado para escrever para a edição piloto foi o advogado Alessandro Biem Cunha Carvalho, presidente da seção regional da Ordem dos Advogados do Brasil. No artigo, o profissional disserta sobre o papel desempenhado pela OAB na promoção da cidadania por meio de ações sociais e das comissões temáticas.

Desenhado desde a delimitação do tema, o projeto gráfico foi pensado para ser simples, bonito e dinâmico. A identidade visual do projeto piloto levou em consideração a coerência com a responsabilidade social e o interesse público. Sem grandes recursos estilísticos, a ideia partiu do princípio que o conteúdo deveria assumir o protagonismo do

produto, mantendo a coerência na qual toda a proposta procurou se embasar. Isto posto, as propostas de pauta tiveram que abranger sugestões de fotografias e ilustrações de forma coerente, informativa, e que despertassem a atenção do público.

A opção por um projeto gráfico minimalista possibilitou a escolha por uma família tipográfica sem serifa e com inúmeras opções de espessura e tamanhos para os títulos, bem como uma família tipográfica serifada limpa e elegante para o corpo do texto. O contraste entre os tipos resultaria em combinações diferenciadas para as matérias ao mesmo tempo que dá liga à unidade visual do projeto. Os espaços e brancos e linhas foram pensados para orientar o fluxo de leitura e manter uma harmonia na composição gráfica. Outra decisão foi apresentar uma ilustração de artista convidado sobre a redução da maioria penal, oferecendo completa autonomia ao ilustrador para contribuir com a reflexão sobre o tema.

CONSIDERAÇÕES

Retomando a proposta editorial, o resultado final superou os objetivos estabelecidos, como uma oportunidade, ainda dentro do ambiente acadêmico, de exercitar a prática jornalística atrela à reflexão teórica da função social do jornalismo, resgatada de forma sucinta pelos autores anteriormente. É preciso considerar que devido ao caráter experimental não foi possível, dentro do prazo estipulado para a produção laboratorial, de conseguir mensurar o impacto e a recepção dos conteúdos produzidos, como também a viabilidade financeira da ideia como um produto. Dada à relevância do tema, a continuidade dos estudos em uma pesquisa científica sobre o cenário regional mostra-se pertinente.

A construção do produto também foi repleta de construções e desconstruções dos nossos próprios conceitos sobre ética jornalística e a função social no jornalismo. A reflexão sobre a teoria foi essencial neste processo. Imerso em uma rotina industrial, o universo das notícias, seguindo na perspectiva dos autores, está permeado de escolhas replicáveis que acabam definindo o que será publicado. Nesse ínterim, cabe ao jornalista a autonomia de recortes que podem ou não negligenciar a contribuição social da informação.

Sobre os estudos do *Newsmaking*, o trabalho representou uma oportunidade pertinente de testar a aplicação prática dessa teoria, bem como critica-la posteriormente em suas limitações. Como enumera Martino (2013), essa linha de estudos se mostra superável justamente por não considerar a atuação dos receptores, bem como o fato de que o interesse público sobre a informação noticiada é simplesmente presumido pelo jornalista em alguns

casos. Neste sentido, o grupo fundamentou as ideias através de dados estatísticos e temáticas em discussão no aspecto político-legal.

A apresentação do trabalho defendido pelo grupo possibilitou a descoberta, através da prática jornalística, de que a preocupação com a responsabilidade social e a ética não é uma tendência passageira, e sim comportamento cada vez mais ressonante na sociedade, seja nas mudanças nas relações de consumo, nas discussões na internet e pelo trabalho desenvolvido pelos engajadores de ações sociais em instituições ou de forma autônoma.

REFERÊNCIAS

_____. **Teorias do jornalismo.** Porque as notícias são como são. 7e. Florianópolis: Insular, 2008, v.1.

IVC confirma liderança regional do JC. Jornal da Cidade (Bauru). Disponível em: <http://www.jcnet.com.br/editorias_noticias.php?codigo=171483&ano=2009> Acessado em 06 de junho de 2015.

LAGE, Nilson. **A reportagem:** a teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser Jornalista: O desafio das tecnologias e o fim das ilusões.** São Paulo: Paulus, 2009.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica.** São Paulo, Atlas: 2010.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação:** ideias, conceitos e métodos. Petrópolis: Vozes, 2013.

PINTO, Ana Estela de Sousa. **Jornalismo Diário:** reflexões, recomendações, dicas e exercícios. São Paulo: Publifolha, 2009.

TRAQUINA, Nilson. **Teorias do jornalismo.** A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 7e. Florianópolis: Insular, 2008, v.2.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** São Paulo: Martins Fontes, 2005.