

# A REPORTAGEM COMO PILAR DA IDENTIDADE JORNALÍSTICA DA AGÊNCIA PÚBLICA

**Mesa 4: Jornalismo, tecnologia e estudos de meio/Periodismo, tecnología y estudios de medio**

Caroline Cavalleiro Campos (c.campos@unesp.br)

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Cristina Gobbi (cristina.gobbi@unesp.br)

## **Cenário de transformação do jornalismo tradicional**

- Metrificação
- Tentativas de diferenciação: “hegemônico”, “profissional”

## **Novas formas de fazer jornalismo**

- Facilidade digital
- Desintermediação

## **Arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**

- Não é sinônimo de jornalismo alternativo

## Imprensa alternativa

- Firmando bases de atuação
- Construção de credibilidade
- Estratégias de legitimação
- Retorno ao valores do *Ethos* jornalístico
- Reinvenção pela Internet

*Estas iniciativas representam o espírito livre que move o senso crítico que transforma as estruturas sociais, impondo limites para os interesses particulares que possa se deixar escapar pela inflexibilidade do jornalismo convencional. Mais do que isso: propõem uma outra forma de percepção da realidade cuja base de ação dialética disputa as atenções com os grupos jornalísticos dominantes, cujo propósito, em essência, é assumir este posto e de reorientar o pensamento sobre o que seria jornalismo. (Carvalho e Bronosky, 2017, p. 25)*

## A reportagem

- Valores e sentidos associados ao jornalismo
- Estabelecimento de um vínculo
- Busca pela diferenciação
- “Gênero jornalístico privilegiado”
- Essência da profissão → mudanças ao longo do tempo
- “a) predominância da forma narrativa; b) humanização do relato; c) texto de natureza impressionista; d) objetividade dos fatos narrados” (Sodré e Ferrari, 1986, p.15)

## Agência Pública

- “A primeira agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do Brasil”
- Fundada em 2011
- Marina Amaral, Natalia Viana e Tatiana Merlino
- Produções frequentes, porém não diárias
- Doze editorias

*Penso que a Agência Pública foi criada por jornalistas interessadas não exatamente em um “novo” jornalismo (ainda vamos descobrir que “novo” nunca significou exatamente “melhor”), mas em recuperar as bases do que essa área de conhecimento se propôs inicialmente a fazer: contar, sem distanciamentos, sobre aquilo que se passa longe dos nossos olhos. Contar, ainda, para fazer a diferença. (Moraes, 2022, p. 8)*

## “Reportagens de fôlego”

- Transparência
- Prêmios
- Reportagem: carro-chefe
  - *Ethos* romântico
  - Ferramenta de transformação e de empoderamento político

*As reportagens aprofundadas da Agência Pública, por um lado, se distanciam do modelo preconizado pelo mercado, sobretudo do conteúdo para a internet, cada vez mais compartimentalizados e “requeitados”. Nesse sentido, segue na contramão do que propõe o mercado. Por outro lado, se assemelha a um gênero de narrativa jornalística que já está consolidado socialmente, ou seja, a reportagem de cunho interpretativo, muito comum em revistas jornalísticas comerciais. (Carvalho, 2014, p.128)*



- Quem somos
- Newsletter
- Apoie

Fundada em 2011 por repórteres mulheres, a Pública é a primeira agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do Brasil. Todas as nossas reportagens são feitas com base na rigorosa apuração dos fatos e têm como princípio a defesa intransigente dos direitos humanos.

Nossas reportagens de fôlego pautadas pelo interesse público foram republicadas em 2022 por mais de 700 veículos de comunicação brasileiros e estrangeiros. Além de distribuir conteúdo para grandes portais no país, como UOL, Folha de S. Paulo, iG, Metrôpoles, entre outros, em 2022, tivemos 217 republicações em 79 sites de 18 países e em 10 idiomas diferentes. Todas as reportagens da Pública podem ser republicadas gratuitamente sob a licença Creative Commons.

Ao longo de nossa história, conquistamos 80 prêmios. Entre eles, o Gabriel Garcia Márquez, o mais importante prêmio de jornalismo da América Latina; o Prêmio Comunique-se; o Troféu Mulher Imprensa e Prêmio Vladimir Herzog. Somos a agência de notícias mais premiada do Brasil e o primeiro veículo brasileiro indicado ao Prêmio Liberdade de Imprensa, da organização Repórteres Sem Fronteiras (RSF).

## Referências

- Figaro, R. (Org.). (2018). As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho dos jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. São Paulo: ECA-USP, Centro de Pesquisa Comunicação e Trabalho.
- Kalsing, J. (2021). Jornalistas metrificados e a plataformização do jornalismo (Tese de doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Carvalho, G., & Bronosky, M. (2017). Jornalismo alternativo no Brasil: Do impresso ao digital. Pauta Geral – Estudos em Jornalismo, 4(1), 21–29. <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/10007>
- Moraes, F. (2022). Agência Pública, sujeita de seu tempo. In M. Amaral & N. Viana (Orgs.), Furos, mentiras e segredos revelados: Uma década de reportagens da Agência Pública (pp. 7–12). Editora Elefante.
- Sodré, M., & Ferrari, M. H. (1986). Técnica de reportagem: Notas sobre a narrativa jornalística. Summus.
- Traquina, N. (2020). Porque as notícias são como são (1ª ed.). Editora Insular.