

ARTIGO

O IMPACTO DA WEB NO JORNALISMO LOCAL:

dois estudos de caso na cidade de Toulouse

Copyright © 2014
SBPjor / Associação
Brasileira de
Pesquisadores em
Jornalismo

FRANCK BOUSQUET
Université Toulouse III

NIKOS SMYRNAIOS
Université Toulouse III

DOMINIQUE BERTELLI
Université Toulouse III

RESUMO - Nosso artigo pretende explorar a forma pela qual a emergência de start-ups jornalísticas não relacionadas com a mídia tradicional poderia reconfigurar o noticiário local. Nossa pesquisa de campo, realizada entre janeiro e abril de 2013, focalizou dois websites que cobrem notícias em Toulouse: *Carré d'infos* e *LibéToulouse*. Os resultados mostraram como os recém-chegados lutam para manter um modelo de negócio, que é até mais precário do que o de seus similares de âmbito nacional, e apontou a baixa audiência e a visibilidade limitada que obtêm no espaço público local. Nosso estudo mostrou ainda que esses novos agentes concentram-se em reportagem de campo, cobrindo pautas geralmente fora da agenda principal e valorizam particularmente sua independência da política local e do poder econômico.

Palavras-chave: *Pure players*. França. Toulouse. Jornalismo. Noticiário local.

EL IMPACTO DE LA RED EN EL PERIODISMO LOCAL: dos estudios de caso en la ciudad de Toulouse

RESUMEN - Este artículo pretende explorar la forma en que el surgimiento de nuevas empresas periodísticas no relacionadas con los medios de comunicación tradicionales podría reconfigurar los noticieros locales. La investigación de campo, llevado a cabo entre enero y abril de 2013, se centra en dossitos electrónicos que cubren noticias en Toulouse: *Carré d'infos* y *LibéToulouse*. Los resultados muestran cómo los recién llegados luchan por mantener un modelo de negocio que es incluso más precario que el de sus homólogos a nivel nacional, y señalan la baja audiencia y la visibilidad limitada que consiguen en del espacio público local. Asimismo, el estudio pone de manifiesto que estos nuevos agentes se concentran en el reportaje sobre el terreno, cubriendo temas a menudo fuera de la agenda principal, y valoran fundamentalmente su independencia del poder político y económico local.

Palabras clave: Emprendimientos solo en línea (*pure players*). Francia. Toulouse. Periodismo. Noticiario local.

WHAT IS THE IMPACT OF THE WEB ON LOCAL JOURNALISM? Two case studies in Toulouse, France.

ABSTRACT - Our article aims to explore how the emergence of independent journalism could reconfigure local news. Our field research, carried out from January to April 2013, focuses on two news-based websites in Toulouse: *Carré d'infos* and *LibéToulouse*. The results of our research show how newcomers to the world of independent journalism are struggling to maintain their business. A business which is even more precarious than that of their national counterparts, also highlighting the low number of readers and limited exposure they get within the local public space. However, our study has shown that these new players concentrate on field reporting, covering issues that mainstream media often does not and, in particular, cherishing their independence from local politics and economics.

Keywords: *Pure players*. France. Toulouse. Journalism. Local news

Na França, as crescentes prerrogativas e meios do poder político local, ao longo das últimas décadas, puseram em questão as redes de informação disponíveis para o público formar sua opinião sobre questões locais e escolhas eleitorais. Nessa perspectiva, mesmo que novas formas políticas de mediação no espaço público local e regional tenham emergido no país desde as leis de descentralização de 1983 (PAILLART, 1993; CARDY, 1997), o noticiário local foi construído principalmente segundo o modelo da Imprensa Diária Regional (IDR) e o da Imprensa Local Semanal (ILS), em torno de três eixos: informação prática (FEYEL, 1999), apoio a políticos locais (MARTIN, 2002), e articulação com o espaço público nacional (DE LA HAYE, 1984).

Visto de fora, o panorama infranacional, isto é, hiperlocal, local e regional, na França parece bem diversificado: jornais diários e semanais, rádios locais e regionais, redes de televisão municipais e nacionais, canais de TV estatais locais e regionais, ao quais se pode acrescentar todas as ferramentas de comunicação adotadas por diferentes atores locais.

Contudo, a descentralização foi concomitante ao reforço das posições monopolistas das organizações de imprensa RDP e a um processo de concentração que reduziu o número de grupos jornalísticos, ao mesmo tempo que aumentou suas áreas de cobertura (LE FLOCH, 1997). Além disso, os jornais regionais têm a mesma relação com a notícia, baseada na integração com a comunidade por meio de seus correspondentes locais, e na deferência com as autoridades governamentais, das quais dependem tanto em termos econômicos quanto organizacionais (GIMBERT, 2012; FRISQUE, 2010).

Ao longo dos últimos anos, a mídia local, assim como seus similares nacionais e internacionais, vem passando por mudanças importantes devido ao desenvolvimento da internet. Essa é a razão pela qual o surgimento de atores digitais locais e regionais parece indicar um processo de diversificação da concepção de notícia e um tratamento revigorado das questões políticas locais. Além disso, entre os vários atores da atualidade no cenário nacional, e ainda mais do que as versões *on-line* da mídia tradicional, os *pure players* (veículos de notícias nascidos especificamente para a *web*) são os únicos que oferecem maior variedade de conteúdo, por oferecer uma visão original de questões fora da agenda de notícias principal (MARTY *et al.*, 2012).

De fato, nenhum jornal diário conseguiu estabelecer-se como líder na França desde a fundação do *Libération*, em 1973. Portanto, o surgimento de novas formas de jornalismo na internet, por meio da criação de *pure players* baseados em Paris depois de 2007, foi um evento significativo. Realmente, *Mediapart* e *Rue 89*, por exemplo, representam novos modelos editoriais e de negócios.

Mediapart foi lançado em 2008 por Edwy Plenel, ex-editor de

Le Monde, notório por seu compromisso com o jornalismo que atua como contrapoder e fiscal das esferas política e econômica. Assim, o jornalismo investigativo tornou-se a principal marca do *Mediapart*. Por seu conteúdo estar disponível somente por assinatura, *Mediapart* é um dos poucos *pure players* que atingiram a estabilidade econômica, graças aos 70 mil assinantes que pagam nove euros ao mês.

Já *Rue 89* é obra de Pierre Haski, Laurent Mauriac e Pascal Riché, ex-jornalistas do *Libération*, que lançaram o *site* na primavera de 2007, por ocasião da eleição presidencial vencida por Nicolas Sarkozy. *Rue 89* destaca questões sociais, bem como cotidiano e entretenimento. Além disso, coloca ênfase na participação dos usuários na produção de notícias. Por ser totalmente gratuito, *Rue 89* contava com receitas de publicidade e outros serviços (treinamento, vendas de produtos secundários), mas elas não foram suficientes para o *site* manter o equilíbrio financeiro. Em 2013, foi comprado pelo grupo *Le Nouvel Observateur*, que queria aumentar a sua audiência *on-line*, diante do risco subsequente de comprometer seu projeto editorial original (SMYRNAIOS, 2014).

Nesse cenário, esses dois títulos, e muitos outros *pure players* baseados em Paris, como *Atlantico.fr*, *Slate.fr*, *Arrêt sur images* etc., são importantes no contexto francês, pois forneceram modelos editoriais e de referência em negócios para muitos *sites* de notícias independentes em desenvolvimento em nível local.

Um estudo anterior, comparando o portal de um jornal regional de destaque, *La Dépêche du Midi*, e um *pure player* local, *Ariegenews*, mostrou resultados que confirmam que os produtores de notícias *on-line* impulsionaram a renovação do setor de notícias local (BOUSQUET; SMYRNAIOS, 2013). Realmente, apesar das edições impressas e *on-line* de *La Dépêche du Midi* ocuparem uma posição hegemônica, a situação do jornal é paradoxal: enquanto a sua estratégia *on-line* visa a maior audiência e primeira posição nos mecanismos de busca, a edição impressa aproxima-se do modelo dos veículos de notícias oficiais e adota a comunicação institucional. O resultado é um tratamento de notícias que está longe do jornalismo investigativo e é marcado pela disposição de incentivar as ações das autoridades governamentais. Essa posição de *La Dépêche*, por conseguinte, permite que os *sites* independentes de notícias com orientação local se desenvolvam na mesma área de circulação.

Nossa pesquisa de campo permitiu-nos identificar diferentes recém-chegados à esfera da mídia local:

- Mídia nacional, que aproveitou a oportunidade de criar sucursais de notícias regionais nas grandes cidades, operando segundo o modelo das nacionais. O *Libération* foi pioneiro nesse movimento, com oito edições locais *on-line* lançadas a partir de 2007;
- *Pure players* independentes locais, que tentam encontrar novas

formas de construção e produção de noticiário regional e trabalhar com o modelo dos seus congêneres nacionais, às vezes colaborando com eles. *Dijonscope*, em Dijon; *Aqui.fr*, em Bordeaux; *Grande Rouen*, em Rouen; *Carré d'info*, em Toulouse; ou *Marsactu*, em Marselha, estão entre esses recém-chegados.

– Empresas de internet locais ou nacionais em busca de oportunidades locais para agregar valor aos seus negócios, tais como as grandes companhias de telecomunicações (como a Orange, que comprou o *city-guide Cityvox*) ou agências de comunicação e publicidade regionais que publicam os diretórios *on-line* ou *city-guides* com informações sobre atividades de lazer.

Portanto, questionamos as práticas jornalísticas, assim como os modelos editoriais e econômicos dessa mídia digital, que pareciam ser diversificados. Esses novos atores reproduzem a forma canônica do noticiário local (serviços de informação, subordinação às autoridades locais, ligação com políticos) ou acenam para uma renovação das escolhas editoriais e da produção de noticiário local? São economicamente viáveis e, em caso afirmativo, quais as suas respectivas estratégias?

Para responder a essas questões, realizamos pesquisas em dois eixos: por um lado, questionamos os modelos de negócios desenvolvidos pelos atores da mídia *on-line*, para melhor compreender suas ligações com as instituições locais; por outro, questionamos seus modelos jornalísticos, estudando o processo de produção de noticiário local e as práticas jornalísticas de quem está no comando. Essa dupla abordagem permite-nos atingir a dimensão política do nosso tema, primeiramente, por examinar as condições de sustentabilidade de uma fonte variada e independente de notícias e, a seguir, por considerar as interações e o equilíbrio de poder que existem entre os jornalistas e as diferentes comunidades sociais que eles pretendem cobrir.

A fim de chegar ao funcionamento e à dinâmica da evolução desses dois níveis, Toulouse foi selecionada como estudo de caso: na verdade, os três atores diferentes que identificamos como recém-chegados no cenário da mídia local estão presentes na capital de Midi-Pireneus. No entanto, uma vez que o nosso tema de estudo trata da renovação da mídia de noticiário local, ou, dito de outra forma, da reformulação do espaço público no nível local, concentramo-nos em empreendimentos locais da mídia nacional e *pure players* locais independentes.

Nesse sentido, um antigo estudo sobre espaços públicos na região de Midi-Pireneus (BOUSQUET; SMYRNAIOS, 2010) já mostrou que, mesmo os *city-guides* assumindo parte do serviço de notícias, sua participação na discussão de questões locais permaneceu marginal. Conseqüentemente, nossa amostra para este artigo inclui apenas dois tipos de *sites* de notícias: um blog mantido pelo correspondente local de um jornal de

circulação nacional e um *site* independente de notícias com orientação urbana. Ambos saíram do ar em 2013 devido a problemas econômicos (o primeiro no início do ano e o segundo em dezembro). Apesar de seu fracasso econômico, considerar essas experiências jornalísticas é, sem dúvida, essencial, pois nos permitem identificar práticas que podem ser comparadas com as dos jornalistas da mídia estabelecida.

De um ponto de vista metodológico, nosso método de estudo é qualitativo e utiliza entrevistas semiestruturadas com jornalistas que trabalham para os meios de comunicação acima mencionados¹. Além disso, desenvolvemos um monitoramento de mídia diária durante vários meses, bem como coletamos e analisamos um *corpus* de vários documentos: comunicações internas, financeiras e estratégicas, dados contábeis, relatórios institucionais e pesquisas de mercado e leitura. Depois de apresentar os dois *sites*, passaremos a estudar suas respectivas práticas jornalísticas e a examinar como trabalham com suas fontes. Assim, veremos que, embora sua forma de jornalismo local rompa com a dos grandes jornais regionais, eles não deixam de trabalhar segundo o modelo de mídia tradicional e carecem dos recursos necessários para sustentar suas atividades.

1 APRESENTAÇÃO DO CAMPO DE PESQUISA

Fundado em 1973 por intelectuais e jovens jornalistas de extrema-esquerda que pretendiam fornecer notícias livres da influência do poder econômico, o *Libération* tornou-se um dos principais jornais diários franceses na década de 1980. No mesmo período, como o jornal se expandiu, o conselho editorial do *Libération* considerou lançar duas versões locais em Toulouse e Lyon (RAMPON, 1999; GUISEL, 2003). De 1986 a 1992, só o *Lyon Libération* tentou desenvolver um novo tipo de noticiário local e, apesar de Gilbert Laval² ter sido recrutado para estender a experiência a Toulouse, o projeto não obteve êxito.

Portanto, não foi antes de 2007 que o *Libération* lançou gradativamente *sites* de notícias *on-line* em cidades onde o jornal já empregava jornalistas ou correspondentes. Concebido como uma versão local do *Libération*, o *LibéToulouse.fr* foi criado no final do mesmo ano, na forma de um blog de notícias (embora essa versão nunca tenha desfrutado de um *status* legal). Além disso, o *LibéToulouse* foi alimentado por vários colaboradores: Gilbert Laval (diretor do *site* e jornalista em tempo integral sediado em Toulouse, que não recebeu nenhuma compensação adicional, além de seu salário como correspondente), Jean-Manuel Escarnot (*freelancer* fixo) e vários *freelancers* voluntários.

Em 2010 e com força total, o *site* registrou entre 300 mil e 400 mil visitas por mês. Por essa ocasião, tinha se tornado um ator importante no

panorama internáutico de Toulouse, ainda que não possa ser comparado com o *Ladépêche.fr*, que contava com mais de 10 milhões de visitas mensais.

Até 2011, uma dúzia de correspondentes trabalhava nos oito *sites* locais do *Libération* em Bordeaux, Lille, Lyon, Marselha, Orléans, Rennes, Estrasburgo e Toulouse. Desde então, o jornal fechou cinco de seus *sites* que eram mantidos apenas por *freelancers*. Na virada de 2013, apenas os *sites* de Toulouse, Marselha e Lyon ainda estavam ativos, ou seja, nas cidades onde os jornais empregavam jornalistas com contratos permanentes. Eles foram definitivamente fechados em abril de 2013.

Carré d'info, publicado por “Edições B2X”, foi criado em 2011 por três jovens graduados. Xavier Lalu (28) e Bertrand Enjalabal (29), ambos com mestrado em jornalismo pelo Institut d'Études Politiques de Toulouse, faziam o trabalho jornalístico e Xavier Druot (31) era o responsável pela gestão administrativa e marketing. Em 2012, Pauline Croquet (27), formada na Escola de Jornalismo de Estrasburgo, juntou-se ao trio de origem. Eram todos parceiros e acionistas do *Carré d'info*, que recebia uma média de 70.000 visitantes por mês, em 2013. Eles criaram o *site* depois de vários estágios e contratos temporários. O investimento inicial de €48.000 veio de poupanças pessoais e de um empréstimo bancário. O plano de negócios previa que iriam atingir o ponto de equilíbrio em meados de 2014, mas a receita insuficiente forçou a equipe a tirar o *site* do ar no final de 2013.

O projeto *Carré d'info* foi em grande parte inspirado em *Rue 89*, e uma parceria de publicação foi estabelecida entre os dois veículos, com o último ocasionalmente promovendo artigos escritos pelo primeiro. O *Carré d'info* e seu modelo parisiense tinham o mesmo objetivo, ou seja, dar uma abordagem original à cobertura de notícias em Toulouse, tratando de pautas geralmente negligenciadas por outros meios de comunicação locais e adotando outros pontos de vista, para se manter longe da mídia e das agendas institucionais. Outra das missões autoatribuídas do *Carré d'info* foi a de estimular o engajamento dos usuários no processo de fazer notícias, mantendo altos padrões jornalísticos. Nessa perspectiva, os jornalistas recusaram-se a produzir notícias sensacionalistas ou esportivas, principalmente por causa da falta de meios, mas também por conta de seu desejo de se diferenciar de seus concorrentes.

2 PRÁTICAS JORNALÍSTICAS REVIGORADAS

Os dois *sites* acima referidos desenvolveram respectivamente práticas jornalísticas inovadoras, diferentes das em geral observadas na mídia local tradicional. Antes de o *LibéToulouse* ser criado, Gilbert Laval era um típico jornalista de jornal nacional, trabalhando como correspondente regional, cujo

papel era selecionar os itens de notícias regionais que podiam ser de interesse e importância nacional ou internacional. Em média, ele contribuía com um ou dois artigos por semana, de acordo com os acontecimentos correntes. Também colaborando na coluna política do *Libération*, viajou muitas vezes a Paris para trabalhar com a equipe editorial e tratar de temas não regionais, quando a situação exigia. O aparecimento de uma edição *on-line do Libération* e a crise da mídia impressa, no entanto, mudou tudo.

De 2007 a 2013, como Gilbert Laval explicou, ele publicou no *LibéToulouse* dois ou três *posts* diários de reportagem sobre notícias nacionais como costumava fazer, mas com dois objetivos em mente que não eram os de seus artigos impressos. Seu primeiro objetivo era o imediatismo: enquanto um jornalista da imprensa escrita pode se dar ao luxo de passar alguns dias pensando sobre uma pauta e reunindo mais informações, a publicação *on-line* é imediata e o tempo reduzido ao mínimo entre a ideia e sua redação. Gilbert Laval sabia a lógica do noticiário *on-line* e estava bem consciente de que, para desenvolver e manter um *site*, devem ser oferecidas uma postagem regular e um fluxo de informações contínuo. É por essa razão que, disse, ele não desenvolveu abordagens analíticas e contextualizadas no *LibéToulouse*, como fazia em seus artigos impressos.

Seu segundo objetivo era o de provocar o debate: a intenção do *site* era facilitar fóruns de discussão relacionados com os artigos com base em comentários dos leitores que ele mesmo moderava. O modelo editorial do *LibéToulouse*, portanto, é interessante por combinar métodos do jornalismo tradicional com o imediatismo e a facilitação do debate presentes nos *blogs*. Para tanto, Gilbert Laval dobrou suas horas de trabalho, de modo a atualizar seu *site* constantemente. Estava sempre pensando em seu próximo *post*, o que orientava sua pesquisa para novas pautas. Desse modo, ele cumpria os requisitos da redação *on-line*, permanecendo um jornalista tradicional acima de tudo, preocupado com a integridade da mídia para a qual trabalhava. Por exemplo, não havia *links* para artigos externos em seus artigos.

Assim, o *LibéToulouse* destacou-se como uma exceção, ligando-se ao resto da internet através de um único *link* para o *site* do *Libération* e outro que levava a *Le Kiosque à musiques*, uma página sobre os vários *sites* de interesse cultural na área de Toulouse. Além disso, ao contrário da maioria dos blogueiros na esfera pública, Gilbert Laval e seus colaboradores não escreviam editoriais, nunca deram opiniões tendenciosas e seguiam as regras clássicas de contar histórias ensinadas nas escolas de jornalismo.

O *LibéToulouse*, portanto, aparece como um objeto híbrido: por um lado, funcionava com as mesmas limitações dos meios tradicionais que trouxeram a experiência *on-line* e as formas de processamento da notícia

que haviam sido herdadas da imprensa escrita e, por outro lado, cumpria os pré-requisitos do uso especializado da internet e das regras dos *blogs*. De um ponto de vista editorial, esse *blog* oferecia notícias importantes dentro de uma moldura jornalística tradicional, adaptada para a *web*, enquanto criava uma sala de *chat* para seus leitores.

Quanto ao *Carré d'info*, publicava dois artigos de interesse geral e algumas notícias breves em base diária. Os artigos baseavam-se em reportagens de campo feitas em locação, geralmente no centro de Toulouse, onde a agência de notícias ficava. Todos esses artigos eram ilustrados com fotografias originais. A cada semana, um jornalista diferente era o responsável pela mesa de redação. Isso envolvia tarefas pouco gratificantes mas essenciais às operações diárias do *site*: trabalho de copidesque (revisão, correção, titulação e edição), administração dos recursos interativos do *site* (atualização de perfis do Facebook e Twitter, moderação e respostas dos comentários) e redação de notícias em notas curtas a partir de uma seleção de *links* cuidadosamente monitorados.

Cada jornalista tinha sua ferramenta favorita (também usada com fins pessoais) para monitorar o Twitter, além de fazer leituras diárias da imprensa local (*La Dépêche du Midi*, *La Voix du Midi*, *Le Journal Toulousain*, *20 minutes* etc.) e de outros *pure players* locais – “para checar o que estão fazendo”. Ler informação do RSS foi gradualmente substituído por um uso intenso do Twitter, que era mais imprevisível, mas, por vezes, levava a “grandes achados”. Pauline Croquet, por exemplo, sempre manteve uma aba aberta no TweetDeck, associada ao termo de busca “Toulouse”, o que a ajudou a identificar acontecimentos importantes. Enquanto especializada em reportagens de campo locais, a jovem equipe editorial do *Carré d'info* também usou o seu *know-how on-line* para fazer “investigações virtuais”.

3 A RELAÇÃO COM FONTES DIFERENTES DOS JORNALISTAS DE IDR

A produção de notícias do *LibéToulouse* não tinha equivalente local que combinasse publicação instantânea e a busca constante de pautas originais. Além de Gilbert Laval, várias pessoas (um *freelancer* pago mensalmente, uma voluntária especializada em reportagens sobre rugby e um estudante de jornalismo escrevendo resenhas de cultura) forneceram conteúdo para o *site*, sob a supervisão do jornalista.

Como Gilbert Laval apontou e o *website* demonstrou, seu trabalho foi bastante diferente do de redatores e editores escrevendo em redações digitais (ESTIENNE, 2007). Ele se manteve constantemente ligado nos despachos das agências de notícias, mas seu trabalho jornalístico consistia

de investigações pessoais. Como disse Laval, ele fazia “as compras diárias” (andando para cima e para baixo nos corredores do poder, encontrando representantes de instituições, agentes econômicos e culturais...) e, então, decidia o que iria “ser notícia”. Fazia o mesmo trabalho quando correspondente local do *Libération*, muito ao contrário dos jornalistas de veículos que se mantinham mais perto das agendas das instituições. No entanto, com a criação do *site* de Toulouse, o ritmo e os objetivos mudaram.

Seu relacionamento com os atores institucionais locais era mais o de um jornalista investigativo, que considera e aborda funcionários como potenciais fontes de informação, em vez do de um jornalista local tradicional. Na verdade, os jornalistas locais frequentemente colaboram com os funcionários, veiculando a informação apresentadas por suas fontes, em vez de investigá-la ou revelá-la.

No interior do espaço público regional, o *LibéToulouse* definiu sua própria agenda e produziu informação fora de sintonia com a agenda principal. Entre vários *sites* locais ou departamentais, ele era a única mídia exclusivamente *on-line* a produzir noticiário geral em Midi-Pireneus, que não se limitava a reproduzir ou reescrever *press-releases*. Desse modo, tornou-se uma presença dinâmica no espaço público regional. Apesar disso, a taxa de publicação e a urgência de postar as últimas notícias levaram à produção de noticiário em estado bruto e não processado, sem contextualização³ e, como Gilbert Laval colocou, “pontos de vista”.

“Nós as detestamos e elas nos retribuem na mesma moeda”. Foi assim que os jornalistas do *Carré d'info*, jocosamente, descreveram sua relação com as instituições, uma das “tradicionais” fontes do jornalismo local. Com uma rede limitada de contatos em Toulouse, os jovens jornalistas do *Carré d'info* não tinham fontes próprias, nem qualquer acesso privilegiado à informação oficial. Além disso, foram rapidamente percebidos como uma pedra no caminho dos trabalhos do bem lubrificado sistema de notícias locais de Toulouse, que se baseava em relacionamentos cordiais e na colaboração entre o governo local e os jornalistas (especialmente de *La Dépêche du Midi*) que cobriam suas atividades.

Por exemplo, ocorreram algumas dificuldades quando o Centro Cultural Mediathèque, ansioso em ganhar mais visibilidade em Toulouse, quis organizar debates. Primeiro, os membros da equipe do Médiathèque, patrocinado pelo governo da cidade, pediram aos jornalistas do *Carré d'info* para organizar mesas-redondas regulares, a fim de animar a sua “Seção de Notícias” (sala de leitura de jornais e periódicos). Mas logo a cidade quis recuperar o controle dos debates, por causa de seu forte conteúdo político. Depois de uma reunião entre a diretoria do Mediathèque e uma equipe da Prefeitura, essa última exigiu que os temas e os nomes dos participantes fossem dados com antecedência. Em junho de 2013, como a campanha

eleitoral da cidade estava prestes a começar, o prefeito também quis o controle dos assuntos e participantes, mas os jornalistas não concordaram.

No geral, os jornalistas do *site* obtiveram um confuso *feedback* dos representantes políticos. Os riscos eram baixos quando se considera pequena a audiência do *site*. No entanto, vereadores controlavam tudo o que era escrito sobre eles e não hesitavam em expressar sua insatisfação quando achavam ter recebido tratamento desfavorável do *Carré d'info* (algo que o próprio prefeito fizera no passado).

Os serviços de comunicação do conselho também apresentaram preconceito contra os jornalistas, aos quais se referiam como “xeretas” e “dores-de-cabeça”, ao contrário dos de outras mídias, como *La Dépêche du Midi*, com quem estavam acostumados a trabalhar. Além disso, em alguns casos, os jornalistas tiveram dificuldade em conseguir entrevistas com informantes-chave, em particular com os conselheiros regionais. Prova disso é a anedota relacionada com uma entrevista-cruzada com os presidentes da região de Midi-Pireneus e os conselhos regionais da Aquitânia sobre a ligação pelo TGV (trem de alta velocidade) entre Toulouse e Bordeaux, que deveria ser realizada conjuntamente por jornalistas da *Carré d'info* e do *site* de notícias *Aqui.fr*⁴ de Bordeaux. Embora o presidente da região da Aquitânia estivesse disposto a receber os jornalistas do *Carré d'info*, o presidente da administração da região de Midi-Pireneus, Martin Malvy, simplesmente mandou uma resposta por e-mail que, segundo eles, fora provavelmente escrita por um estagiário.

Na verdade, na maioria das vezes, as instituições tratavam a equipe do *Carré d'info* como meros blogueiros locais, daí seu sentimento de falta de consideração e reconhecimento por seu trabalho jornalístico, inclusive em um nível financeiro: para se ter uma ideia, quando eles solicitaram ao conselho regional um contrato de publicidade para 2012, receberam uma oferta de 50€.

4 UMA NOVA ÊNFASE SOBRE O PAPEL DO LEITOR

O administrador do *LibéToulouse* atribuía uma grande importância ao papel do leitor. Gilbert Laval agia primeira e principalmente como um blogueiro, sempre atento aos comentários a seus artigos e até mesmo os escrevendo de modo a aquecer o debate. Na verdade, algumas dezenas de comentadores rapidamente formaram uma pequena, mas geralmente bem informada comunidade, que seguiam os *posts* e discutiam as questões políticas, econômicas e sociais da região de Toulouse.

Dependendo de sua capacidade de entrar em ressonância com comunidades específicas (por exemplo, caçadores, defensores dos ursos selvagens dos Pireneus ou da língua ocitânica), algumas mensagens

atraíam rapidamente várias dezenas de comentários. Desse modo, Gilbert Laval moderava pessoalmente os comentários e frequentemente tomava parte nos debates. Acerca desse trabalho, afirmou que esse espaço de debate foi importante para ele, pois lhe permitiu estar em contato diário com muitos de seus leitores.

Tal atitude difere consideravelmente da de jornalistas de *La Dépêche* que mostravam franco desdém por usuários que postavam comentários em resposta aos seus artigos (BOUSQUET; MARTY; SMYRNAIOS, 2013). No entanto, isso restaurava, por meio da internet, a ideia de diálogo e comunidade, que é o próprio fundamento para a integração de jornalistas e correspondentes na vida local (RINGOOT; ROCHARD, 2005). Essa pequena comunidade rapidamente contribuiu para o desenvolvimento do *site*, oferecendo ao leitor atento notícias sobre a vida local produzidas por comentaristas obviamente bem informados.

O *Carré d'info* tinha uma relação diferente com seus leitores. Concentrando-se em questões sociais e notícias de padrão revista, restritas ao centro de Toulouse, o *site* recebeu muito poucos comentários. No entanto, os jornalistas, que eram todos jovens habitantes desse mesmo centro, estavam sociologicamente perto das pessoas para quem achavam que estavam escrevendo. Por isso, suas trocas ocorriam em reuniões realizadas em locais públicos ou em redes sociais *on-line*.

Na verdade, o *Carré d'info* organizou debates públicos ou exposições de cinema e participou sistematicamente de todos os tipos de organização ou eventos universitários. As exposições foram coorganizadas com o *Rue 89*, que pagou as cópias dos filmes, enquanto os debates foram integrados ao trabalho editorial. Nessa perspectiva, os jornalistas publicavam um artigo apresentando os elementos do debate e escreviam reportagem de acompanhamento.

Durante nossa pesquisa, dois debates fundamentais ocorreram: o primeiro sobre a criação da ligação TGV entre Toulouse e Bordeaux; e o segundo sobre problemas relacionados com a vida noturna no centro da cidade. Com mais de quarenta pessoas assistindo, os debates acabaram sendo bem-sucedidos em termos de participação do público. Esse tipo de evento não só trazia ideias novas e originais para pautas mas também ajudava a aumentar a visibilidade e o perfil do *site* em Toulouse.

As redes sociais *on-line* também forneceram um meio privilegiado de comunicação com os leitores. Cada artigo publicado *on-line* foi sistematicamente postado nas páginas do Facebook e Twitter do *site* e acrescentado na *newsletter* diária. Os artigos mais relevantes também foram promovidos por meio das páginas pessoais dos jornalistas no Facebook e Twitter, ou enviados por *e-mail* diretamente aos contatos que se mostravam interessados. Assim, o uso do *Google Analytics* e seu rastreamento de fontes

de tráfego e ferramentas de conteúdo tornaram-se essenciais para decidir o assunto que valia a pena publicar nas redes sociais. De fato, a equipe editorial analisava como os seus artigos eram compartilhados em redes sociais digitais, pois eram elas a principal fonte de audiência.

5 O ENQUADRAMENTO NACIONAL DE NOTICIÁRIO LOCAL

Devemos considerar outro ponto importante, nesse caso, a referência nacional como um elemento constitutivo da identidade desses dois *sites*. Na verdade, a forma como ambos consideravam a notícia baseava-se em um modelo de espaço público construído em relação às participações nacionais e de acordo com o modo de organização do debate nacional. Quanto ao *LibéToulouse*, isso foi incluído nas especificações e administração do *site*, enquanto que, no caso do *Carré d'info*, tinha mais a ver com a aplicação das normas nacionais de informação e imitação de seu modelo parisiense, *Rue 89*.

Considerando que os diretores do *Libération* não tinham nenhum modelo específico quando lançaram o *LibéToulouse* como uma experiência, a rede de blogs *Libévilles* tornou-se parte integrante da estratégia de *web* do jornal nacional. No final de 2009, o *Libération* começou a cobrar pelo acesso à sua edição *on-line* e ofereceu diferentes modos de assinatura. Essa decisão, conseqüentemente, empobreceu o conteúdo do *Libération.fr*, uma vez que, em seguida, ele passou a ser fornecido apenas pela equipe de reportagem da *web*, pelas agências de notícia e pelos *blogs* dos jornalistas. Assim, a criação do *LibéToulouse* resultou na decisão do jornal de lançar uma plataforma de *blogs* mantidos por alguns dos seus jornalistas.

Após meio dia de treinamento de administração de *sites* no escritório de Paris, Gilbert Laval foi encarregado do *LibéToulouse*. Atribuiu-se a ele a missão de realizar o mesmo trabalho que já fazia para a edição impressa, aumentando simultaneamente o número de artigos. Assim como os outros dois correspondentes locais do *Libération*, seu objetivo era o de identificar notícias locais de Toulouse que pudessem interessar a leitores do jornal em âmbito nacional.

Quando encontramos o jornalista, ele admitiu que não escrevia apenas para leitores de Toulouse mas também para os de toda a França. Efetivamente, a produção diária de artigos de notícias e o desejo de incentivar o debate com os leitores bem informados sobre assuntos da cidade exigiam um foco em atividades muito locais, cuja análise e reportagem, no entanto, eram compatíveis com o quadro editorial da edição nacional.

No *Carré d'info*, embora o quadro editorial também estivesse alinhado com os nacionais, isso não resultou de qualquer influência externa,

mas das exposições dos jornalistas e da área de cobertura, ou seja, o noticiário de cidades dentro de uma área metropolitana regional. Os próprios jornalistas mantinham-se informados das atividades de seus similares em outras cidades (*Rue 89 Lyon*, *Estrasburgo*, *Dailynord*, *Dijonscope* foram mencionados várias vezes durante as entrevistas). Em troca, eles se dispunham a fornecer aos seus colegas boas pautas sobre suas próprias regiões.

Além disso, todos eles eram membros do *Syndicat de la Presse Indépendante d'Information en Ligne*⁵ (*Spiil*, um sindicato independente dos *pure players*) e partilhavam uma visão comum do jornalismo, que era sustentada pelos mitos profissionais personificados pelos seus homólogos nacionais (LE BOHEC, 2000). Eles procuravam notícias não convencionais potencialmente interessantes para um público culto preocupado com questões sociais. Por exemplo, pautas sobre racismo, minorias sexuais ou meio ambiente eram frequentemente desenvolvidas, mas relatadas com uma perspectiva local.

Quanto aos critérios utilizados para avaliar o interesse da pauta, vinham principalmente da posição e formação pessoal dos jornalistas. Baseando-se nos *pure players* nacionais, embora esses últimos fossem, às vezes, criticados por serem excessivamente cautelosos ou por favorecerem a comunicação em vez da investigação, o *Carré d'info* trabalhou com um modelo de notícias relativas ao espaço público nacional, reafirmando, assim, um dos princípios básicos do jornalismo local francês (DE LA HAYE, 1985).

6 AUSÊNCIA DE MODELOS DE NEGÓCIOS VIÁVEIS

Outra característica comum desses *sites* é que ambos desapareceram depois de não conseguirem desenvolver modelos de negócios estáveis. O desaparecimento do *LibéToulouse*, por exemplo, é resultado de vários fatores relacionados, originários da incapacidade do *Libération* de se equilibrar financeiramente. Em primeiro lugar, e apesar de relutante em fazê-lo, as edições locais do *Libération* não geravam qualquer receita publicitária significativa. Por essa razão, todos os *sites LibéVilles* locais, que foram mantidos por *freelancers* fixos desapareceram em 2011 (*LibéBordeaux* fechado em 2010, depois que um *freelancer* saiu e não foi substituído), apesar das fortes reações dos leitores, como em Orléans, onde uma petição recolheu 1.200 assinaturas.

Como se disse anteriormente, apenas os três *sites* que empregavam jornalistas contratados permaneceram ativos. Trabalhar para os *sites LibéVilles* era, no entanto, demorado e os jornalistas faziam o trabalho para a edição em papel, às pressas, ou o negligenciavam. Assim, a degradação da situação econômica do jornal e o desenvolvimento de sua estratégia *on-line* obrigaram

os diretores a reconsiderar sua posição sobre os três *sites* que sobreviveram à política criada para os *LibéVilles*. Era uma posição insustentável: eles não geravam receita, eram muito caros em termos de custos trabalhistas e não se encaixavam na estratégia *on-line* global do jornal.

Hoje, a estratégia digital do jornal permanece incerta. Depois de fazer uma experiência com o acesso gratuito e ilimitado, com *paywall* integral pago e modelo *freemium* (acesso *on-line* gratuito e pago para o conteúdo impresso), o *Libération* está agora a meio caminho: a edição impressa é reservada para assinantes no dia em que é publicada, mas fica disponível a todos no dia seguinte. O setor de notícias locais, em que o *Libération* tinha grande interesse, mais do que qualquer outro jornal nacional (RAMPON, 1999), já não é uma prioridade no atual período de incerteza econômica.

Quanto ao *Carré d'info*, teve um volume de negócios de 12.000 euros em seu último exercício financeiro (2013), com 60% da receita proveniente de publicidade e 40% a partir de programas de treinamento desenvolvidos por seus funcionários. Desde sua criação até seu encerramento, os jornalistas do *site* não recebiam salários; para escapar a problemas de ordem legal, eram pagos como *freelancers*, com quantias simbólicas. Portanto, para assegurar suas necessidades diárias durante os dois anos da aventura, dependiam de outras fontes de renda (como benefícios sociais, auxílio-desemprego e apoio familiar). Além disso, dois dos jornalistas lecionaram na escola de jornalismo e na universidade, com seus honorários faturados em nome da empresa.

Vendo o treinamento como um nicho de mercado em ascensão, o *Carré d'info* fez um requerimento para ser reconhecido oficialmente como uma organização educacional, mas ele foi indeferido⁶. O plano de negócios estabelecido pelos fundadores do *Carré d'info* não funcionou conforme o previsto. O *site* alcançou um nível respeitável de audiência, mas não foi acompanhado pela receita de publicidade, devido à pobreza do mercado local de publicidade, e, acima de tudo, à falta de competência em negócios.

Depois que a aventura terminou, os jornalistas chegaram à amarga conclusão de que o jornalismo local como eles praticavam não era lucrativo *per se*. Para operar de modo competitivo, teriam sido necessárias atividades adicionais para assegurar a rentabilidade (tais como relações públicas, serviços de comunicação institucional etc.), mas eles não puderam ou não quiseram desenvolvê-las.

CONCLUSÃO

Ao se tentar resumir a situação das notícias locais na França, é forçoso admitir que algumas mudanças ocorreram na organização dos espaços políticos

loais. Em termos de índice de audiência, os atores tradicionais da imprensa regional impuseram-se tanto *on-line* quanto na mídia impressa, com um número de leitores incomensuravelmente maior que a dos recém-chegados. Além disso, na competição *on-line* que os colocou em oposição à mídia nacional, eles tenderam cada vez mais para o conteúdo escandaloso e sensacionalista.

Por sua vez, os recém-chegados lutaram para construir modelos de negócios sustentáveis, que eram ainda mais precários do que os dos *pure players* nacionais. Parece que nem o modelo de assinaturas, nem o de publicidade gerou receita suficiente para sustentar um *site* de notícias local, e que a atividade só é economicamente viável se atividades adicionais o suplementarem (construção de *sites*, relações públicas, treinamento, cobrança de serviços...). Podemos ver provas disso na falência do *Carré d'info* e do *Dijonscope* em 2013, e nos problemas financeiros enfrentados por *pure players* em muitas cidades (Amiens, Lyon, Estrasburgo etc.), que ameaçam sua existência no futuro próximo. Finalmente, apesar da diversidade de capacidade técnica e do comprometimento dos atores, o fim do sistema *Libévilles* é mais uma prova das dificuldades encontradas na criação de espaços jornalísticos economicamente viáveis para discussão e debate da política local e regional.

No entanto, nossa pesquisa de campo na área de Toulouse revelou algumas novas tendências e práticas para a mudança no tratamento de notícias locais, que podem ser consideradas de modo positivo. Os dois atores que observamos praticaram jornalismo independente, mesmo em oposição crítica às instituições locais. E, embora precários e de curta duração, sua existência tornou-se uma indicação encorajadora de um desejo específico de animar o espaço público local. Além disso, a linha editorial do *LibéToulouse* e do *Carré d'info* mostrou ser diferente da agenda oficial e, no caso do *Carré d'info*, não acompanhou a obrigação compartilhada por todos os atores regionais de dar uma grande espaço aos esportes e às notícias sensacionalistas. Essa característica, já demonstrada por *pure players* nacionais, também é exemplificada em um nível local.

Além disso, desmentindo o clichê de a mídia *on-line* estar fadada ao “jornalismo de gabinete”, nossos dois estudos de caso demonstram que, ao contrário, o jornalismo *on-line* pode ser classificado como “jornalismo ao ar livre”, quando praticados localmente. É ainda mais verdadeiro considerar que o reconhecimento dos atores locais da vida social e política (o que é vital para a prática cotidiana do jornalismo local) exige um contato regular e presença no campo.

Resta a questão econômica. Entre os novos meios de comunicação locais, apenas os que traziam informação sobre atividades de lazer (fora do conteúdo editorial) alcançaram um modelo de negócios estável, como

o *Toulouseweb* ou o *Toulouseblog*⁷. Atualmente, os *pure players* locais com abordagens editoriais inovadoras ainda não atingiram a estabilidade econômica e não podem esperar sobreviver no mercado econômico atual.

Essa situação, que pode parecer triste de um ponto de vista democrático, era, no entanto, a mesma situação do *Libération*, em 1944, quando o governo provisório francês considerava a informação essencial para o bom funcionamento da democracia e aspirava a removê-la da economia de mercado.

A fim de facilitar a adaptação do noticiário local à transformação da democracia territorial, parece haver uma necessidade urgente de encontrar soluções financeiras, de modo a evitar o desaparecimento dos novos atores *on-line* e, ao fazê-lo, alterar completamente o sistema de auxílio de imprensa⁸.

NOTAS

- 1 Foram entrevistados Gilbert Laval (LibéToulouse, abril de 2013), Bertrand Enjalbal, Xavier Lалу, Pauline Croquet e Xavier Druot (Carré d'info, fevereiro de 2013).
- 2 Gilbert Laval começou como freelancer para o Libération quando o jornal foi fundado. Em seguida, trabalhou para La Dépêche du Midi na região de Tarn, antes de ser contratado para desenvolver o projeto LibéToulouse. Desde o fracasso do projeto, trabalhou como jornalista político para o Libération, em Toulouse.
- 3 Como veremos adiante, a contextualização foi muitas vezes fornecida pelos usuários.
- 4 Aqui.fr é um pure player regional que cobre toda a região de Aquitânia. Foi fundado em 2007 pelo ex-editor de Sudoeste Joël Aubert.
- 5 Em seu site, o Spiil define sua missão como segue: “estudar, representar e defender o profissional e os interesses econômicos, deontológicos, materiais e morais dos editores independentes de imprensa on-line, tanto geral quanto especializada”. Disponível em: <https://www.spiil.org/qui-sommes-nous>. Acesso em 02 Jun. 2014.
- 6 O pure player Aqui.fr foi reconhecido como organização de treinamento para funcionários eleitos, o que implementou algumas receitas úteis.
- 7 Guias de atividades de lazer sem conteúdo editorial, servindo como caçadores de anúncios e como ferramenta de autopromoção para as empresas que os produzem.

- 8 Segundo o relatório do National Audit Office, publicado em 2013, o auxílio estatal à imprensa foi de €5 bilhões para o período 2009-2011, a maioria do qual foi para publicações que não eram jornais de interesse geral.

REFERENCIAS

BOUSQUET, F.; MARTY, E.; SMYRNAIOS, N. Les nouveaux acteurs en ligne de l'information locale: vers une relation aux publics renouvelée? **Colloque Le journalisme en ligne et ses publics**. Bruxelles: Université Libre de Bruxelles, 4-6 dezembro, 2013.

BOUSQUET, F.; SMYRNAIOS, N. L'information en ligne et son territoire: positionnement comparé entre un pure player départemental et un quotidien régional. In : NOYER, J.; RAOUL, B.; PAILLIART, I. (orgs.). **Médias et territoires: permanences et mutations**. Lille: Presses universitaires du Septentrion, 2013.

BOUSQUET, F.; SMYRNAIOS, N. **Les nouveaux modèles économiques et éditoriaux en Région Midi-Pyrénées**. Rapport de recherche auprès de la Région Midi-Pyrénées, 2010.

CARDY, H. **Construire l'identité régionale: la communication en question**. Paris: L'Harmattan, 1997.

DE LA HAYE, Y. **Dissonances: critique de la communication**. Grenoble: La Pensée Sauvage, 1984.

DE LA HAYE, Y. **Journalisme, mode d'emploi: Des manières d'écrire l'actualité**. Paris: L'Harmattan, 1985.

ESTIENNE, Y. **Le journalisme après Internet**. Paris: L'Harmattan, 2007.

FEYEL, G. **La presse en France des origines à 1944: histoire politique et matérielle**. Paris: Ellipses, 1999.

FRISQUE, S. Une reconfiguration des espaces médiatiques et politiques locaux? **Revue française de science politique**, v. 60, n. 5, p. 951-973, 2010.

GIMBERT, C. Le correspondant, un amateur de local engagé par son territoire. **Sciences de la société**, n. 84-85, p. 51-65, 2012.

GUINEL, J. **Libération, la biographie**. Paris : La découverte, 2003.

LE BOHEC, J. **Les Mythes professionnels des journalistes**. État des lieux en France. Paris: L'Harmattan, 2000.

LE FLOCH, P. **Économie de la presse quotidienne régionale**. Paris: L'Harmattan, 1997.

MARTIN, M. **La presse régionale: des affiches aux grands quotidiens**. Paris: Fayard, 2002.

MARTY, E. *et al.* Diversité et concentration de l'information sur le web. Une analyse à grande échelle des sites d'actualité français. **Réseaux**, n. 176, p. 27-72, 2012.

PAILLART, I. **Les territoires de la communication**. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 1993.

RAMPON, J.-M. Mesures du discours éditorial de **Lyon-Libération** (1986-1992): dire l'urbain au quotidien. 273 f. Tese de doutorado. Lyon: Université Lumière Lyon 2, 1999.

RINGOOT, R.; ROCHARD, Y. Proximité éditoriale: normes et usages des genres journalistiques. **Mots**, n. 77, p. 73-90, 2005.

SMYRNAIOS, N. Les pure players entre diversité journalistique et contrainte économique: les cas d'Owni, Rue89 et Arrêt sur images. **Recherches en communication**, n. 39 (no prelo), 2014.

Franck Bousquet é professor associado de Estudos de Informação e Comunicação em Lerass, Universidade de Toulouse 3. Sua área de interesse é o jornalismo local e sua transformação em andamento, por meio de uma abordagem que integra sua economia e história.

Nikos Smyrnaiois é professor associado de Estudos de Informação e Comunicação em Lerass, Universidade de Toulouse 3. Sua pesquisa focaliza a socioeconomia da Internet e o jornalismo *online*. E-mail: nicolaos.smyrnaiois@iut-tlse3.fr

Dominique Bertelli é professor associado de Estudos de Informação e Comunicação em Lerass, Universidade de Toulouse 3. Publicou muitos artigos sobre a recepção do fato literário na imprensa. É também especialista na obra do escritor francês Georges Pérec. E-mail: dominique.bertelli@iut-tlse3.fr

RECEBIDO EM: 14/10/2013 | ACEITO EM: 17/03/2014