

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO - UFMA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, SAÚDE E TECNOLOGIA - CCSST  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

WYLDIANY OLIVEIRA DOS SANTOS

**JORNALISMO INDEPENDENTE NO MARANHÃO: MAPEAMENTO DAS  
INICIATIVAS INDEPENDENTES NAS PLATAFORMAS DIGITAIS**

IMPERATRIZ

2020

WYLDIANY OLIVEIRA DOS SANTOS

**JORNALISMO INDEPENDENTE NO MARANHÃO: MAPEAMENTO DAS  
INICIATIVAS INDEPENDENTES NAS PLATAFORMAS DIGITAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Maranhão.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Camilla Quesada Tavares

IMPERATRIZ

2020

Jornalismo de verdade deve defender aqueles que não  
possuem voz, não calá-los ainda mais.

Anne with an E

Dedico este trabalho à minha família, minha base.

## AGRADECIMENTOS

Parafraseando Euclides da Cunha ousei dizer que “o sertanejo é antes de tudo um forte”. Pois, de fato trilhar uma jornada acadêmica é um caminho desafiador, repleto de momentos alegres, tristes, correria, mas também de calma. Sim, a calma que vem depois das provas (risos). É um caminho fácil para alguns e difícil para outros, mas todos estão remando juntos no mesmo barco, por isso sou grata por compartilhar os últimos anos de graduação ao lado de pessoas incríveis, que todos os dias dão tudo de si em busca de melhores condições, seja no campo educacional como no profissional. Acreditem aprendi muito com todos vocês!

Agradeço de modo especial à minha família que tanto me apoiou nessa trajetória acadêmica. À minha mãe, Wirland Moraes, por ter dedicado toda a vida em oferecer o melhor para mim e meus irmãos, por nos incentivar a seguir sempre nossos sonhos, obrigada mãe a senhora é uma mulher incrível! Aos meus irmãos que embarcam nas loucuras diárias, sou grata pelos risos, pelas conversas mais mirabolantes sobre o universo e incentivos de vocês. Obrigada minhas joias!

Agradeço por ter vivenciado cada momento ao lado das minhas *lyndaz* e mulheres maravilhosas, Daniele Lima, Danielle Carolina, Lorena Lacerda, Luana Fonseca, Janaína Oliveira e Rafaela Gomes, vocês foram uma fonte de inspiração e força nesses anos da graduação. Sou grata pela amizade e companheirismo de cada uma com seu jeito único de ser, mas que me enchem de carinho. Obrigada minhas *flowers*, vocês são incríveis e me conduzem a seguir mais adiante, a vocês desejo todo o sucesso do mundo!

Minha gratidão à minha querida orientadora, Camilla Tavares, por ter me acolhido a fim de realizar este estudo. Sou grata por tudo, por todo carinho e paciência que tens comigo, ensinamento e incentivos, és pra mim inspiração! Sem dúvidas o mundo precisa de pessoas maravilhosas assim como você! Obrigada querida profe!

Obrigada aos meus queridos professores da UFMA, aprendi muito com todos vocês, e agora fazem parte da minha pequena história. Alguns em especial, como a querida professora Thaísa Bueno, obrigada por ser uma pessoa e profissional incrível; ao Lucas Reino, obrigada pelas palavras motivadoras; a Mariana Guedes, por ser uma pessoa resiliente, bondosa e maravilhosa. E de modo particular, minha gratidão a professora, Leila Sousa, minha querida professora, quem me acolheu e conduziu-me na pesquisa científica, nem imaginas o quanto fostes fundamental pra mim nesse processo. Obrigada por ser tão atenciosa e maravilhosa!

Aos membros do grupo de pesquisa Comunicação Política e Sociedade (Cops), minha gratidão! Sem dúvidas recebi muito carinho e aprendizado neste grupo maravilhoso.

Minha gratidão a todos os meus amigos, que me alegram e me tiram do sério (risos), o carinho de cada um de vocês anima minha vida! Às minhas amigas, Thaynara Leite e Keila Gadelha com quem partilhei muitos momentos na graduação, gratidão por ter conhecido vocês!

Agradeço à Kelly Campos, por ter sido uma pessoa que me conduziu e incentivou a seguir a diante; obrigada pela convivência, aprendizado e todo carinho que tens para comigo! Os anos compartilhados contigo foram de grande importância para a minha história pessoal e profissional, gratidão por sua companhia!

Por fim, agradeço a Deus, minha fonte de sabedoria e força, por me conduzir perseverante nessa trajetória!

## RESUMO

Desde meados do século XX, o campo científico vem discutindo sobre as transformações na área da comunicação e em especial no campo jornalístico. O impacto das novas tecnologias, o consumo de notícias e o surgimento do jornalismo independente, vem a contribuir cada vez mais com esses estudos. Como temática principal desta monografia, o jornalismo independente é um arranjo caracterizado pelo contato da atividade jornalística com a comunidade e na oposição aos conglomerados de mídia. Diante disso, o presente estudo se propõe a identificar, mapear e analisar a presença do jornalismo independente e suas práticas no Maranhão, tomando por base a produção e distribuição de materiais jornalísticos nas plataformas digitais. Para isso, têm-se como aporte teórico conceitos e autores que abordam as transformações do campo jornalístico no Brasil, conceitos sobre o jornalismo independente, a comunicação alternativa, comunitária, popular e o perfil do jornalista, entre esses autores estão Patrício (2020), Figaro (2018), Peruzzo (2008) e Atton (2002). A fim de mapear as iniciativas independentes encontradas no Estado, fez-se necessário uma sistematização das plataformas auto declaradas independentes, verificando na aba ‘Quem Somos’ ou ‘Sobre’. O levantamento de dados foi realizado, majoritariamente, por meio da técnica *snowball sampling* (bola de neve) e resultou em 13 iniciativas mapeadas. A fim de compreender, de modo mais detalhado como funcionam esses veículos de jornalismo independente, aplicamos um questionário *online* e obtivemos resposta de 10 iniciativas, que fazem parte do nosso *corpus* de análise. Desta maneira, tornou-se possível identificar e analisar como o jornalismo independente está presente nas plataformas digitais no Maranhão. Assim, podemos afirmar: o Maranhão possui veículos de jornalismo independente, em que comunicadores buscam por meio da proximidade criar “laços” com a comunidade, as iniciativas possuem equipes com mais de cinco pessoas, os comunicadores são na maioria formados em jornalismo e buscam por meio das iniciativas independentes exercer o papel social do jornalismo a partir de pautas pouco abordadas no jornalismo convencional.

**PALAVRAS - CHAVE:** Jornalismo Independente. Maranhão. Mapeamento. Plataformas Digitais. Sociedade.

## **LISTA DE QUADROS**

|                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Quadro 1 – Principais características do jornalismo independente e suas subdivisões ..... | 29 |
| Quadro 2 – Veículos autodeclarados independentes ou alternativos .....                    | 48 |
| Quadro 3 – Funções e principais atividades dos comunicadores na iniciativa.....           | 69 |

## **LISTA DE TABELAS**

|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabela 1 – Classificação das características da rotina produtiva nas iniciativas mapeadas ..... | 65 |
| Tabela 2 – Principais temas trabalhados nas iniciativas mapeadas .....                          | 66 |

## LISTA DE FIGURAS

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 – “Sobre Nós” da Agência Tambor.....           | 49 |
| Figura 2 – “Sobre Nós” do blog O Cubo.....              | 50 |
| Figura 3 – “A Propósito” do blog Buliçoso.....          | 51 |
| Figura 4 – Instagram do Coletivo Pinga Pinga.....       | 52 |
| Figura 5 – Canal no YouTube do Explana Mermã.....       | 53 |
| Figura 6 – “Sobre Nós” do Imperatriz Online.....        | 54 |
| Figura 7 – Apresentação do site Mídia Índia.....        | 55 |
| Figura 8 – “Quem Somos” do Portal Assobiar.....         | 56 |
| Figura 9 – “Quem somos” do Portal Matraca.....          | 57 |
| Figura 10 – “Quem somos” do site O Pedreirense .....    | 58 |
| Figura 11 – “Nosso Trabalho” do Site SobreOTatame ..... | 59 |
| Figura 12 – Instagram da TV Quilombo .....              | 60 |
| Figura 13 – Canal No Youtube da TV Comunidades.....     | 61 |

## SUMÁRIO

|                                                                                                                                     |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO .....</b>                                                                                                           | <b>13</b> |
| <b>2 NOÇÕES SOBRE O JORNALISMO INDEPENDENTE NAS PLATAFORMAS DIGITAIS.....</b>                                                       | <b>18</b> |
| 2.1 Jornalismo independente e a ascensão das mídias digitais.....                                                                   | 18        |
| 2.2 Jornalismo independente, alternativo e popular e as vertentes regionais .....                                                   | 22        |
| 2.2.1 O jornalismo alternativo .....                                                                                                | 22        |
| 2.2.2 O jornalismo popular .....                                                                                                    | 24        |
| 2.2.3 O jornalismo comunitário e cidadão.....                                                                                       | 26        |
| <b>3 NOÇÕES SOBRE O CAMPO JORNALÍSTICO: REGIONALISMO E A RELAÇÃO COM O JORNALISMO INDEPENDENTE .....</b>                            | <b>30</b> |
| 3.1 Percurso do jornalismo independente no mercado midiático a partir do século XXI .....                                           | 30        |
| 3.2 Convergência jornalística: a era do jornalismo independente nas plataformas digitais .....                                      | 32        |
| 3.3 Mídia regional, <i>blogs</i> e portais de notícia: proximidade com o público e suas relações com o jornalismo independente..... | 36        |
| <b>4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>                                                                                           | <b>42</b> |
| 4.1 Pesquisa exploratória e o levantamento dados .....                                                                              | 42        |
| 4.2 Descrição do <i>corpus</i> da pesquisa.....                                                                                     | 46        |
| <b>5 RESULTADOS E ANÁLISES .....</b>                                                                                                | <b>48</b> |
| 5.1 A mídia independente no Maranhão.....                                                                                           | 48        |
| 5.1.1 Agência Tambor (site).....                                                                                                    | 49        |
| 5.1.2 O Cubo (blog).....                                                                                                            | 50        |
| 5.1.3 Buliçoso (blog) .....                                                                                                         | 51        |
| 5.1.4 Coletivo Pinga Pinga (mídias sociais) .....                                                                                   | 52        |
| 5.1.5 Explana Mermã TV (mídias sociais) .....                                                                                       | 53        |
| 5.1.6 Imperatriz Online (site) .....                                                                                                | 54        |
| 5.1.7 Mídia Índia (site) .....                                                                                                      | 55        |
| 5.1.8 Portal Assobiar (site) .....                                                                                                  | 56        |
| 5.1.9 Portal Matraca (site) .....                                                                                                   | 57        |
| 5.1.10 O Pedreirense (site) .....                                                                                                   | 58        |
| 5.1.11 SobreOTatame.com (site).....                                                                                                 | 59        |
| 5.1.12 TV Quilombo (mídias sociais) .....                                                                                           | 60        |
| 5.1.13 TV Comunidades (mídias sociais).....                                                                                         | 61        |

|                                                                                                         |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 5.2 Apanhado geral das iniciativas de jornalismo independente, alternativo e popular no Maranhão.....   | 63        |
| 5.2.1 Motivações para a fundação de uma mídia de jornalismo independente .....                          | 63        |
| 5.2.2 Conteúdo publicado.....                                                                           | 64        |
| 5.2.3 Sustentabilidade financeira e financiadores/ patrocinadores.....                                  | 64        |
| 5.2.4 Infraestrutura .....                                                                              | 65        |
| 5.2.5 Rotina produtiva .....                                                                            | 65        |
| 5.2.6 Eixos temáticos.....                                                                              | 66        |
| 5.2.7 Fontes.....                                                                                       | 67        |
| 5.2.8 Gêneros Jornalísticos.....                                                                        | 67        |
| 5.2.9 Ferramenta de diálogo com o público .....                                                         | 67        |
| 5.3 Perfil dos jornalistas e comunicadores do jornalismo independente no Maranhão.....                  | 68        |
| 5.3.1 Formação acadêmica .....                                                                          | 68        |
| 5.3.2 Profissões.....                                                                                   | 68        |
| 5.3.3 Carga horária .....                                                                               | 70        |
| 5.3.4 Renda proveniente da iniciativa de jornalismo independente .....                                  | 71        |
| 5.3.5 Motivações para participar da iniciativa de jornalismo independente .....                         | 71        |
| 5.4 Definições do jornalismo e jornalistas: visão dos comunicadores nas iniciativas independentes ..... | 71        |
| 5.4.1 A compreensão dos jornalistas sobre a função do jornalismo.....                                   | 71        |
| 5.4.2 O que comunicadores independentes dizem sobre o jornalismo independente.....                      | 73        |
| <b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>                                                                      | <b>75</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>                                                                                 | <b>79</b> |
| <b>APÊNDICE A – ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO ONLINE .....</b>                                                | <b>85</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

As discussões relacionadas às transformações no jornalismo são uma realidade desde meados do século XX, principalmente, quando nos referimos à busca e disseminação de informações em plataformas digitais. O impacto das novas tecnologias, o consumo de notícias, o surgimento do jornalismo independente e outros fatores, incentivam cada vez mais pesquisadores a realizarem seus estudos sobre a práxis jornalística e a convergência digital.

A noção de cultura de convergência e conexão apresentada por Henry Jenkins e outros autores nos conduzem a entender como se dá os atuais relacionamentos com produtores midiáticos e o público, sobretudo pela possibilidade do compartilhamento de conteúdo gratuitamente na web e a inserção de novos “autores” no ciberespaço. Atento a esse processo na comunicação, principalmente no jornalismo, é observável o impacto da web no mercado midiático, a partir dessa concepção vemos também o surgimento de sistemas alternativos tanto para a distribuição de produtos culturais como filmes, músicas, livros, como para circulação de textos e demais produtos em formato jornalístico.

Diante dessa realidade, as discussões acerca do jornalismo independente também se popularizaram, sendo conhecido por muitos como um jornalismo alternativo, inserido no meio popular e comunitário. Fundamentado na ideia de oposição aos conglomerados grupos de mídias e não possuir vínculos com os convencionais meios de comunicação ou apadrinhamento político, o jornalismo independente encontra-se também mais próximo da comunidade. Geralmente, esses arranjos alternativos encontram-se presente em sites, blogs e redes sociais com produtos jornalísticos voltados para a comunidade e sobre a comunidade. São materiais dispostos em diversos formatos, como pequenos documentários no Youtube, podcasts disponíveis em sites e Instagram, jornal *online*, rádio web, produção de notícias, entrevistas entre outros.

Ao nos depararmos com essa conjuntura e narrativas jornalísticas locais, nota-se uma característica também presente no jornalismo regional, a noção de um jornalismo de proximidade, aquele que não está distante da comunidade e que também se propõe a criar “laços” com o público local. Nesse sentido, autores como Moura Filho, Cicília Peruzzo e outros, reafirmam em suas produções que a regionalização é uma “comunicação baseada na proximidade”, ou seja, tem em si um conjunto de informações que aproxima o público daquilo que é produzido e noticiado, e é essa ligação que favorece a concepção de identidade e pertencimento do cidadão ao se sentir representando no jornalismo veiculado nas plataformas digitais e nos demais meios.

Em 2016, a Agência Pública elaborou um Mapa do Jornalismo Independente, existente no Brasil, uma forma sistematizada e fundamental para conhecermos essa realidade e identificar as iniciativas alternativas de jornalismo independente. Para a elaboração desse mapa, a Pública realizou a inserção dos projetos considerando a seguinte descrição como meio de designar uma iniciativa independente: “aquelas que nasceram na rede, fruto de projetos coletivos e não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas” (APÚBLICA, 2016). Partindo dessa iniciativa, foi possível observar a ausência dessa atividade jornalística no Maranhão, por isso a necessidade de se mapear as iniciativas alternativas no Estado.

Segundo um levantamento sobre os desertos de notícia no Brasil realizado pelo projeto Atlas da Notícia em 2019, cerca de 18% da população necessita de acesso ao jornalismo local e 62% dos municípios não tem cobertura noticiosa, esses dados correspondem tanto de grandes centros urbanos como de pequenas cidades. Para compreendermos melhor, os desertos de notícia são municípios sem significativa veiculação jornalística ou sem cobertura da imprensa. Segundo os dados do projeto Atlas da Notícia em 2017, o Maranhão era o estado com menor concentração de veículos *online* no país, em média os estados do nordeste contavam com um veículo *online* para cada 100 mil habitantes.

Diante disso, também vemos alguns estudos que envolvem o mapeamento do jornalismo no Maranhão dos quais podemos destacar autoras como: Thaisa Bueno, Nayane Brito, Thaís Reis, Jordana Barros e outros pesquisadores regionais. São pesquisas exploratórias que enfatizam o levantamento da mídia no Maranhão em seus diversos nichos. Bueno e Barros (2016) realizaram um mapeamento dos blogs de Imperatriz a fim de propor uma reflexão e relacionar a produção jornalística desses blogs com a regionalização midiática; Brito (2017) buscou com seus estudos traçar um panorama do radiojornalismo maranhense também através de um mapeamento e ainda observar a relação desses veículos com as notícias de blogs; Reis (2017) destaca a produção jornalística cultural em seus estudos por meio de um levantamento da mídia maranhense, principalmente em Imperatriz e São Luís e Barros (2020) verifica por meio de um levantamento atualizado e sistemático qual o papel dos blogs jornalísticos e como se dá a regionalização midiática nos blogs maranhenses, também com um recorte de Imperatriz e São Luís. Assim, podemos ressaltar que mesmo diante dessas e outros mapeamentos regionais, ainda é escassa os estudos que envolvam o levantamento e a reflexão sobre as iniciativas de jornalismo independente no estado.

De acordo com esses levantamentos e as diversas pesquisas que envolvem o jornalismo independente, o estudo dessas iniciativas se torna imprescindível pelo uso das práticas jornalísticas dentro da comunidade por meio das plataformas digitais. Em geral, o público-alvo

são os veículos de jornalismo independente que surgem como alternativa na comunicação e dirigem-se para a comunidade, principalmente algumas minorias que pouco são ouvidas como fontes, por exemplo os indígenas, quilombolas e camponeses, com isso a noção de pluralidade fica mais evidente.

A partir dos mapeamentos realizados pela Agência Pública em 2016 e pelo projeto Atlas da Notícia em 2019, percebeu-se a ausência de veículos de jornalismo independente no Maranhão e diante disso, a pergunta que guia esta pesquisa é: O Maranhão possui iniciativas de jornalismo independente nas plataformas digitais? Essa indagação conduzirá os próximos passos desta pesquisa a qual também visa identificar a contribuição desse jornalismo para a sociedade, como é produzido e quem produz um jornalismo independente. São questionamentos que nos permite traçar um perfil dos jornalistas e ainda observar como o jornalismo independente se institui no cenário maranhense.

Assim, o objetivo geral deste estudo é identificar e apresentar as iniciativas de jornalismo independente no Maranhão, a fim de observar a contribuição dessa atividade jornalística nas plataformas digitais, como sites, blogs e redes sociais (Facebook, Instagram e Youtube), além de analisar seus diversos nichos e rotina produtiva, por meio do mapeamento de iniciativas autodeclaradas jornalismo independente. Com base nisso, listamos os seguintes objetivos específicos:

- Observar a produção jornalística e as principais temáticas presentes nas matérias, além de distinguir as diferenças entre jornalismo convencional, alternativo, popular e comunitário;
- Verificar a presença do jornalismo alternativo nas plataformas digitais produzidas no Maranhão, a partir de um mapeamento;
- Identificar o perfil dos jornalistas e/ou de quem produz material jornalístico nas iniciativas independentes.

Diante dos objetivos e do que foi exposto anteriormente, faz-se necessário compreendermos também as discussões acerca do jornalismo independente e sua relação com o regionalismo. Desse modo, este estudo pretende se aprofundar em conceitos sobre as transformações do jornalismo brasileiro, as iniciativas populares e alternativas em paralelo com o jornalismo independente e o perfil do jornalista, seus impactos e transformações no processo de interação entre a comunidade e a *práxis* jornalística. Isso se torna possível seguido um aporte teórico citando Roseli Figaro, Cicilia Peruzzo, Henry Jenkins, Rogério Cristofolletti, Edgar Patrício e outros autores, que nos trazem questões a cerca do jornalismo alternativo, cultura de convergência, perfil profissional e rotina produtiva.

Na perspectiva das transformações em que insere o jornalismo e suas práticas, visa-se destacar as experiências de cada iniciativa nesse processo da construção do jornalismo comunitário, alternativo e popular, cujo os principais temas estão relacionados à política, movimentos sociais e defesa dos direitos. Como recorte para este estudo, objetivou-se mapear e analisar, de maneira geral, os veículos de jornalismo independente em todo o Estado e, de forma mais específica, os blogs de Imperatriz e São Luís, por serem as duas maiores cidades do Maranhão. Assim, esta monografia pretende observar os blogs dessas duas cidades, a fim de verificar sua autodescrição, se eles se denominam como produtores de jornalismo independente ou simplesmente se apropriam das técnicas jornalísticas para publicar conteúdo. Destaca-se nesses meios a produção de conteúdo específico e em profundidade, com aspectos semelhantes com os textos jornalísticos, como notícia, reportagem e documentários.

Para bem compreender a composição teórica e metodológica deste estudo, o presente trabalho foi dividido entre o aporte teórico e o processo metodológico, no intuito de melhor descrever os passos da pesquisa. Esse último corresponde a minuciar o mapeamento no meio digital, as análises e resultados esperados.

A fim de realizar o mapeamento de diferentes iniciativas identificadas como independente, alternativa e popular, partimos da ideia proposta pelo Mapa do Jornalismo Independente realizado pela Agência Pública em 2016 e do site Teias de Comunicação Popular do Brasil. Todos realizaram um mapeamento dessas mídias e foi perceptível a ausência dessa prática no Maranhão, exceto no site Teias da Comunicação que reuniu algumas iniciativas maranhenses, porém bem menor do que a presença de veículos digitais no estado, por isso esta monografia se preocupa em mapear as iniciativas alternativas maranhense.

Além disso, a pesquisa é caracterizada como um estudo qualitativo exploratório. A parte empírica é composta pelo mapeamento sistemático das iniciativas de jornalismo independente e blogs, a aplicação do questionário *online*, a fim de obter respostas para as mesmas perguntas e a análise dos dados. A priori os questionários também são essenciais para identificarmos o perfil do jornalista das iniciativas mapeadas.

Questões referentes a como é realizado o jornalismo independente no Maranhão e quem são as iniciativas alternativas presente no Estado estão presentes na pesquisa qualitativa que tem maiores chances de responder à problemática proposta, já que tem um caráter subjetivo e próximo do objeto. Ademais, utilizou-se da técnica *snowball* ou bola de neve no processo de mapeamento, já que consiste na indicação de outros participantes para o estudo até que fosse alcançado o objetivo da pesquisa.

Por fim, a presente monografia traz reflexões acerca das mudanças que perpassam o jornalismo na era digital e as formas alternativas que foram surgindo ao longo das últimas décadas. Além disso, se buscou traçar o perfil do profissional de jornalismo independente, a rotina produtiva, público alvo e os demais nichos comunicacionais.

## **2 NOÇÕES SOBRE O JORNALISMO INDEPENDENTE NAS PLATAFORMAS DIGITAIS**

Desde meados do século XX as discussões sobre jornalismo e a era digital ganharam destaque, principalmente a partir do uso das plataformas digitais como meio de publicação rápida da notícia. Diante disso, este capítulo propõe-se a apresentar conceitos básicos, mas com ampla base teórica, para bem compreendermos o que é o jornalismo independente e qual sua relação com o jornalismo regional no processo de transformação do jornalismo.

### **2.1 Jornalismo independente e a ascensão das mídias digitais**

A necessidade social de se informar rapidamente, o aumento das buscas rápidas nas plataformas digitais, a pluralidade de fontes e os desertos de notícia em grande parte do Brasil, conduzem pesquisadores e profissionais da imprensa para um novo olhar sobre o jornalismo. E é imerso nessa realidade, que as discussões sobre o jornalismo independente vêm ganhando destaque em diversos estados do Brasil e, em sua maioria, presente em sites e blogs com algum tipo de material jornalístico.

Desde os dois últimos séculos o jornalismo atravessa mudanças no âmbito de discussões sociais, construção da notícia e avanços tecnológicos. Perante à isso, se observa uma crise instaurada no modelo de produção dominante e a crescente presença de veículos alternativos em oposição ao jornalismo corporativo, que são influenciados pelo uso das plataformas digitais. É nessa perspectiva, de mudanças, que os profissionais nos meios jornalísticos também vão se moldando, a fim de trocar informação e, principalmente, garantir uma forma de sustentação tendo em vista a concentração de poder em poucos conglomerados (FIGARO; FILHO; NONATO, 2018). Nesse contexto, os profissionais produzem conteúdo jornalístico capaz de fazer compreender a realidade atual, cuja informação reflete sobre a situação social e cultural.

Perante esse diálogo, dois fatores também são responsáveis por essa crise: o declínio da confiança na mídia e as indagações sobre as funções do jornalismo para a democracia, o que nos conduz a afirmar que a instabilidade do campo jornalístico vai muito além da questão econômica e tecnológica, está intrinsecamente ligada à credibilidade, à informação criada a partir da visão de quem está diante das diversas situações que envolvem a população (FIGARO; FILHO; NONATO, 2018; CHRISTOFFOLETI, 2019).

Perante esse contexto e diante da realidade político-social que permeiam o Brasil desde o século XX, os estudos sobre jornalismo ganharam destaque também no processo democrático. Questões sobre como o jornalismo pode contribuir para a democracia, como o jornalista exerce seu papel social no ato de informar e resistir diante de comunidades políticas e da comunidade,

nos conduzem a refletir esse processo. Em conformidade com isso, Wilson Gomes (2018) esclarece algumas razões sobre a comunicação ser importante ao falarmos de democracia, resumidamente, é por meio da comunicação que a sociedade, seus cidadãos e agentes políticos usufruem dos diversos códigos, “formatos e plataformas” na produção e consumo comunicacional.

Ademais, a mediação dos meios e agentes da comunicação estabelecem confiança, proporcionam visibilidade, tem interesse público, conduz informações políticas a respeito de diversos problemas sociais e colocam em pauta as discussões sobre democracia (GOMES, 2018). Assim, o autor destaca quatro dimensões sobre como a comunicação influencia no processo democrático: “a) informação (análise e investigação); b) Promoção e proteção de direitos; c) Constrangimentos pró-democracia; d) Provimento de conteúdos e ambientes da esfera pública”, essas dimensões refletem em como o jornalismo exerce seu papel social diante do diálogo entre política e comunicação (GOMES, 2018, p. 347).

Por que falar de democracia quando o assunto é jornalismo independente? Ora, assim como a comunicação tem um papel importante para a democracia, o jornalismo independente também teve um papel promissor diante desse processo, tendo em vista que o jornalismo é capaz não só de conduzir a informação, mas também, ajudar o público na compreensão da realidade. E ainda reflete a noção de pertencimento, de identidade, reforçado pela proximidade do jornalismo com o local e por garantir a visibilidade de temas sobre problemas e grupos sociais que geralmente sofrem invisibilidade na mídia corporativa (GOMES, 2018; CHRISTOFFOLETI, 2019).

As mudanças no campo jornalístico acontecem de forma generalizada, e assim como existe nos convencionais meios de comunicação, também perpassa o jornalismo independente. A partir das suscetíveis mudanças que atravessam o jornalismo e das atribuições advindas da internet como o uso das redes sociais, tornou-se mais fácil produzir, publicar e alcançar novos públicos por meio de um jornalismo não convencional, porém essa série de eventos devem acontecer sem deixar de lado a ética e, principalmente, estar ligado ao contexto social ao qual está inserido, isso enfatiza o jornalismo como uma prática cultural em contínuo processo de construção e reinvenção (CARLSON; LEWIS, 2015; REIS, 2017).

Fundamentado e identificado na oposição às grandes empresas de comunicação, que visam ao lucro (MUNIZ JR, 2016), no apartidarismo e no papel social de contribuir com a democracia, o jornalismo independente reflete o contato com a comunidade na luta por direitos e apresenta uma estrutura noticiosa semelhante aos conhecidos processos de construção da notícia, e principalmente, esse arranjo se apresenta como produtor de um jornalismo

diferenciado, contrapondo-se aos convencionais que seguem uma linha monopolizada e oligárquica (RAMOS; SPINELLI, 2015; REIS, 2017; ANDRADE; PEREIRA, 2020).

O autor Muniz Jr (2016) define o termo independência como uma condição que pode ser conquistada ou recuperada e, acima de tudo, está associada à noção de autonomia, liberdade e soberania. Porém, também deve ser observado como um termo inconstante, o qual possui vários sentidos seja no campo semântico, político ou social. Patrício e Batista (2017, p.10) enfatizam que o jornalismo independente se molda na ideia de liberdade e autonomia jornalística, seguindo o ideal da manutenção democrática no intuito de também ter controle sobre o próprio trabalho, algo que vai além do jornalismo presente nas mídias convencionais. Com base nisso, essa discussão nos conduz a observar como a imprensa alternativa, assim conhecido o jornalismo independente no início, utilizam seu papel social para conduzir informações de interesse público e com proximidade local.

Além desses apontamentos as principais características de uma iniciativa de jornalismo independente são: independência editorial; autonomia financeira; livre escolha em relação a publicidade; financiamento da iniciativa, seja público ou privado; apoio de qualquer pessoa por meio doações, e torna-se um jornalismo importante no processo de midiaticização (MUNIZ JR, 2016; REIS, 2017). Além disso, Reis (2017) conceitua essas iniciativas como aquelas que reúnem “vários coletivos e/ou agências que atuam de forma colaborativa ou em rede” (REIS, 2017, p.200), fazendo uso da internet para veiculação das produções, veiculando predominantemente suas produções na Internet e apropriando-se das mídias digitais nesse trilhar jornalisticamente.

A noção de independência dessa linha do jornalismo interliga-se especificamente com projetos no meio digital que sejam uma iniciativa coletiva e sem vinculação com os conglomerados veículos de comunicação e que se auto sustentem (BATISTA; PATRICIO, 2017). Assim, é possível afirmar que o jornalismo independente compreende uma relação profunda com as plataformas digitais possibilitada pelo baixo custo de distribuição, o alcance de público e a nova forma de reinventar a prática jornalística por meio de aparatos tecnológicos. Com vínculos na identidade cultural, conceitos de territorialidade (PATRICIO; SILVA, 2018), fronteiras comunicacionais e participação de atores sociais (DOMINGO; LE CAM, 2015), temos várias dimensões da independência presente no centro deste estudo. São questões que partem desde a crise no jornalismo até a produção de notícias.

As múltiplas facetas em que o jornalismo está inserido torna desafiador entender como as notícias são produzidas e divulgadas, principalmente, verificar quem está realizando essa função nas diversas plataformas midiáticas. Seguindo essa linha, Domingo e Le Cam (2015,

p.138) ressaltam a necessidade de observar a diversidade de autores presentes nas narrativas de notícias e olhar mais profundamente para o jornalismo enquanto prática social responsável pela produção de notícias.

Diante das discussões sobre limites e fronteiras profissionais do jornalismo e ascensão das mídias digitais é preciso observar a participação de outros produtores e divulgadores da notícia, como atores que participam da produção noticiosa, da forma que algumas pessoas atuam como atores sociais e motivam novos atores a estarem no espaço público contribuindo com a informação. Por isso, falar de fronteiras profissionais do jornalista e formação narrativa, torna o processo de construção da notícia complexo, já que a cooperação de outras pessoas além de jornalistas também contribui para o desenvolvimento da narrativa jornalística (DOMINGO; LE CAM, 2015).

Nesse universo online e independente os sites, portais de notícias e blogs são o que muitas vezes diminuem os desertos de notícia em muitas cidades do Brasil e, de modo particular, o Maranhão. Os blogs são vistos como plataforma amadora e opinativa que não se enquadra na linha jornalística, porém Carlson e Lewis (2015) reafirmam que mesmo sendo expulsos das tidas fronteiras do jornalismo, os blogs ganharam espaço aceitáveis no processo de divulgação da notícia. Esse caminho nos coloca diante da cultura de convergência em que coloca frente a frente as novas e velhas mídias, sejam elas convencionais ou alternativas, e imprevisivelmente, ou não, o produtor e o público interagem entre si (JENKINS, 2009).

A imprensa alternativa, denominada assim no início por ser uma alternativa midiática na veiculação de notícias, surgiu a partir de inquietações com os conglomerados meios de comunicação e possui em sua base existencial a análise crítica da sociedade (SBARDELOTTO, 2006), essa a ideia que move o jornalismo independente até os dias atuais. Além disso, viabiliza a reflexão do “papel do jornalismo como formador de opinião pública e porta voz de uma comunicação democrática, pluralista e renovadora” (RAMOS, SPINELLI, 2015, p. 116).

Assim, como a crise jornalística atingiu os convencionais meios de comunicação, as iniciativas de jornalismo independente vivenciaram e ainda vivenciam grandes desafios como uma reestruturação das formas de trabalho jornalístico (FIGARO, KINOSHITA, NONATO, 2017). Diante dessa adversidade, listamos alguns pontos que merecem atenção, como os altos custos de produção, mercado publicitário, concorrência, monopolização e falta de mobilização social (SBARDELOTTO, 2006). São desafios que seguem desde o impresso ao digital.

É exatamente no universo online que encontramos essa alternativa com o jornalismo independente presente nas redes sociais, blogs, sites e outras plataformas digitais. Aliás, a conexão na grande rede permite observarmos um espaço de manifestações contra correntes

políticas/sociais, ou seja, é visível que o público conteste o “controle sobre a produção de informações e notícias” (SBARDELOTTO, 2006, p.64), que geralmente são expostas em blogs, uma verdadeira revolução na produção e distribuição da notícia, propiciada pelo jornalismo *online* e independente. São movimentos sociais, sindicais, ativistas, jornalistas e pessoas comuns da própria comunidade, que enxergam nos meios digitais uma porta de exercício da cidadania.

Desta maneira, vemos como o jornalismo é desafiado todos os dias. No caso dos meios independentes, podemos sintetizar tudo que já foi abordado da seguinte forma: o jornalismo independente é, sobretudo, uma prática que produz, distribui informações em diversos veículos e plataformas, sob a ótica de potencializar a voz das minorias, aos assuntos invisíveis na mídia e no jornalismo, reivindicar mudanças sociais, mobilizar a comunidade em prol de uma comunicação e sociedade democrática (RAMOS; SPINELLI, 2015), sem que tenha qualquer vínculo aquisitivo com conglomerados redes de comunicação ou partidos políticos.

## **2.2 Jornalismo independente, alternativo e popular e as vertentes regionais**

Ao detalharmos cada grupo deste arranjo alternativo e do jornalismo independente vemos como os termos se relacionam entre si. O sentido de alternativo em oposição ao sistema contra hegemônicos que se difundiu como popular, cidadão e comunitário e o termo independente, no intuito de desmembramento do vínculo com instâncias políticas e econômicas (FIGARO; FILHO; NONATO, 2018).

### **2.2.1 O jornalismo alternativo**

A diversidade e pluralidade jornalística tem se popularizado a cada dia com a praticidade do uso das mídias sociais, tendo em vista, o baixo custo para a publicação de conteúdo. Esse processo tornou-se vantajoso para o jornalismo alternativo por ressaltar, ainda, a relação de proximidade com o público. Para o jornalismo comercial essa concorrência acarreta em crise, já que os meios alternativos oferecem materiais gratuitos de qualidade semelhante (CARVALHO, 2014; CHRISTOFFOLETI, 2019). Além disso, esse processo dá sentido às discussões sociais, principalmente, entre os jovens que estão constantemente conectados à internet, e ressignifica a informação sob a ótica do debate social, tendo em vista a visibilidade do público (CARVALHO, 2014).

Nas palavras de Carvalho (2014), a singularidade jornalística diferencia a produção dos comunicadores amadores daqueles que profissionalmente informam e promovem cidadania, já que qualquer pessoa pode publicar na internet. Por isso, o autor recorda que “nem todo veículo

que disponibiliza conteúdos populares deve ser considerado como jornalismo alternativo. Mas, todo jornalismo alternativo só pode ser considerado como tal quando estabelece relações com a cultura popular” (CARVALHO, 2014, p. 5). Ora, essa relação se estabelece pela característica que une o jornalismo independente do jornalismo regional, a proximidade com o público.

Ademais, a difusão de conteúdos pela internet possibilitou aos veículos alternativos uma saída para conduzir a produção de conteúdo para os mais diversos públicos. Esse processo tem propiciado a discussão de conteúdos de relevância social e ainda contribui para formar opinião. Assim, o autor pressupõe a produção jornalística alternativa como um jornalismo que se propõe “a desenvolver um jornalismo sem fins lucrativos, buscando maneiras alternativas de sustentação do trabalho, sem estarem necessariamente ligados a partidos ou movimentos sociais” (CARVALHO, 2014, p. 6).

Carvalho (2014, p. 16) reafirma que o jornalismo alternativo busca se diferenciar e legitimar por meio da “seleção de fatos que merecerão ser reportados”, podemos observar isso através da técnica e da prática jornalística exercida nas iniciativas que de “modo geral é reconhecida socialmente”. Essa afirmação implica em ressaltar um jornalismo que foge do padrão factual da notícia presente nos convencionais grupos de mídia e que ainda se preocupa com o aprofundamento e a interatividade na produção jornalística.

Paralelo ao conceito da comunicação alternativa, encontram-se os coletivos de comunicação. Definidos como aqueles que assumem uma contraposição com a mídia convencional, se apropriam dos produtos jornalísticos, de modo especial da notícia e pode ser caracterizado por práticas colaborativas, horizontalidade, remuneração defasada para grande parte dos colaboradores, recriação das rotinas produtivas, presença de jornalistas, agentes da comunidade, tidos como amadores, e outros profissionais que não são necessariamente da área da comunicação (ANDRADE; PEREIRA, 2020).

Por muitas vezes confundidos com os movimentos sociais, os coletivos de jornalismo e comunicação independente se aproximam desses por meio das escolhas editoriais com assuntos familiarizados à defesa de direitos humanos, discussões de acontecimentos públicos, debate identitário, promoção do empoderamento e potencializar a voz dos grupos minoritários como quilombolas e indígenas, além disso os coletivos favorecem a união da atividade jornalística com as atividades ativistas (ANDRADE; PEREIRA, 2020).

Seguindo por uma linha marxista, Atton (2002) apresenta a mídia alternativa como uma produção “anticapitalista” e heterogênea, por diversas vezes interligada aos debates ideológicos. A noção de mídia alternativa amplia a “combinação da ação criativa e responsabilidade social” (ATTON, 2002, p. 23), a partir da renovação da práxis. Isso acontece motivado pela ânsia de

mudança social, a partir de valores de produção e valores culturais. Geralmente nesse fluxo, as pessoas da "elite" como estudiosos e especialistas são os que possuíam acesso ao jornalismo, e com a popularização das mídias alternativas as pessoas comuns, manifestantes e pequenos grupos sociais passaram a ter esse acesso à informação e também a fazer parte da construção dele, tendo em vista que esse acesso também é objetivo da mídia alternativa e do jornalismo independente. Ademais, essa inserção possibilitou aos grupos minoritários produzirem suas próprias notícias, tornando-se assim importantes atores para a construção da notícia local (ATTON, 2002).

Diante disso, podemos observar a relação entre a mídia de jornalismo alternativo como um meio que busca “conceder poderes ao seu público (ação de longo prazo)” e a mídia hegemônica de jornalismo *mainstream* “vinculada ao sedutor mercado publicitário (ação imediata)” (POSSEBON, 2011 p.11). Além disso, a autora apresenta o jornalismo alternativo como um “contraponto ao jornalismo da grande imprensa” que revisita pautas paralelo aos “projetos de sociedade”, um jornalismo “vinculado na maioria das vezes às instituições, organizações, movimentos sociais e comunitários” (POSSEBON, 2011, p.13). Isso também, reafirma a noção de identidade e pertencimento à comunidade.

Um pouco diferente da década de 1970, o jornalismo alternativo contemporâneo se opõe ao sistema capitalista e busca por meio de suas práticas a "reflexão crítica" diante da esfera pública (DE OLIVEIRA, 2019). Além disso, possui como características ser não institucional, não empresarial e não governamental, ou seja, não tem ligações com organizações partidárias e demandas publicitárias. Assim, o objetivo dessas características é mostrar o jornalismo alternativo com o "papel de fomentar debates públicos" (DE OLIVEIRA, 2019) pelo interesse da comunidade com protagonistas sociais, antes excluídos das pautas.

Forde (2011) explica que o sucesso do jornalismo alternativo se concretizou por meio do discurso adotado sobre democratização da informação e pela criticidade às práticas noticiosas na imprensa convencional. Essa situação só reforça tudo que já abordamos neste tópico, ademais reitera o que vários autores entendem por jornalismo alternativo.

### 2.2.2 O jornalismo popular

Diante de uma realidade marcada pelas lutas sociais, o jornalismo atua como um potencializador da voz para aqueles que são calados pelo sistema capitalista, daí surgem as o jornalismo alternativo com um novo olhar, contrapondo-se às práticas abusivas da mídia e jornalismo convencional.

Ao revisitarmos os conceitos de comunicação popular vemos que sua origem se deu a partir da década de 1970, tanto no Brasil como em toda a América Latina, surgiu no seio dos

movimentos sociais e ergueu-se por meio dos grupos populares na luta por “participação política” e “justiça social” (PERUZZO, 2008; 2009). Na comunicação popular o povo é o protagonista e destinatário, ele participa ativamente do processo comunicativo. Falar de comunicação popular, nos recorda um agrupamento formado na comunidade contra as forças dominantes, embasadas no capitalismo e nesse sentido une-se ao jornalismo na luta pelas causas populares.

Márcia Amaral (2006) também discute isso e nos traz um questionamento instigante sobre o tema: até que ponto o jornalismo popular não é sensacionalismo e quando ele começa a ser? A autora destaca que prefere usar o termo “jornalismo popular” quando se refere a busca da audiência de muitos meios de comunicação a partir das “características culturais populares” (AMARAL, 2006 p. 15). Outros autores chamam de “popularesca” essa relação do jornalismo com o meio popular, tendo em vista os produtos destinados às classes mais pobres.

Nessa perspectiva, Abreu (2002) ressalta a chegada de novas ações e concepções diante da participação política e mobilização social, em meio da conjuntura e narrativas jornalísticas dentro da própria comunidade, a qual a autora faz a seguinte afirmação sobre o jornalismo popular e os profissionais da imprensa,

Entre os profissionais da imprensa especialmente da imprensa escrita começa a prevalecer o conceito de “utilidade social” da mídia, ou seja, de que a atividade jornalística deve servir aos interesses concretos dos cidadãos e responder às preocupações dos leitores ou da audiência – o “jornalismo cidadão”. [...] Esse tipo de jornalismo atribui aos profissionais da mídia a tarefa de ajudar os leitores, ouvintes ou telespectadores a enfrentar as dificuldades da vida quotidiana dar respostas às expectativas da população e relação a sua região a sua idade ou no seu bairro através do estímulo da cultura cívica (ABREU, 2002 p. 45).

Nas palavras de Amaral (2006), o termo popular pode ser definido como uma imprensa que tece as relações de proximidade, conexão e empatia com seu público por meio do serviço “local e imediato”, tendo em vista as comunidades das quais muitas vezes os próprios “comunicadores” e formadores de opinião são os que atuam como jornalistas com notícias do próprio local.

Nesse sentido, Peruzzo (2009), ao afirmar que a comunicação popular representa uma forma alternativa de comunicação de “iniciativas populares e orgânica aos movimentos sociais”, nos leva a compreender uma proximidade da prática comunicacional com as lutas das minorias em suas comunidades locais ou em movimentos sociais. Ainda nesta linha, a autora caracteriza a comunicação popular como “participativa, dialógica, educativa, horizontal,

comunitária ou radical, dependendo do lugar social e do tipo de prática” (PERUZZO, 2009, p. 133).

A pressão social no início do século XX favoreceu os movimentos populares no processo de democratização dos meios de comunicação e, ainda contribuiu para os surgimentos de novos meios de comunicação e formatos, como as rádios comunitárias, sites e blogs (PERUZZO, 2009). Nesse sentido, Peruzzo (2009) categoriza a comunicação popular em dois eixos: a) Comunicação popular comunitária e b) Comunicação popular alternativa, ambas dialogam entre si ao passo que emergiram a partir de segmentos e movimentos populares. A principais diferenças entre elas são: por um lado, sem fins lucrativos, pertencem a comunidade, tem caráter educativo, cultural e difusor da cidadania, e por outro, nem sempre respondem pela comunidade em geral e comumente são viabilizados por organizações não governamentais, órgãos públicos ou iniciativas autônomas.

Com o debate sobre o jornalismo popular, o público da própria comunidade passa a participar dos movimentos contra hegemônicos e processos comunicativos, desde a escolha da linha editorial a produção de conteúdo. Essa ação desenvolve nos participantes o sentido de coletividade, desalienação e sentimento de pertencimento (VOLPATO; RUIZ, 2020), assim como o fomento de iniciativas regionais e descentralizadas (GIOVANCARLI, 2016).

Nas argumentações sobre o jornalismo popular, Dornelles (2007) discorre que é um processo possível a partir da oportunidade de gerar suas próprias mensagens, ou seja, da participação da comunidade na posição de comunicador com o compartilhamento dos próprios códigos e transmissão de material jornalístico em resistência a dominação até então estabelecida pelas mídias de jornalismo convencional, uma promoção da ideia de “transformação social”.

### 2.2.3 O jornalismo comunitário e cidadão

No aprofundamento sobre a comunicação comunitária, percebemos a intrínseca relação entre os termos alternativo e popular, em todas essas situações o “povo” esteve como agente de transformação social e comunicacional, e se caracteriza fundamentalmente “nos princípios públicos, sem fins lucrativos, participação ativa da população e difusão de conteúdo, a fim de promover e desenvolver a educação, a cultura e ampliar a cidadania” (PERUZZO, 2008, p. 375) e principalmente por possuir “vínculos identitários” ao local. Também é um jornalismo realizado com a presença de jornalistas e colaboradores da própria comunidade (ANDRADE; PEREIRA, 2020).

No período de 1970 a 2000, o Brasil enfrentava transformações no âmbito tecnológico e social. O advento das novas tecnologias e equipamentos, renovação empresarial, formação de

profissionais e diversidade de novos leitores marcava as mudanças na imprensa. Durante esse percurso muitas pessoas passaram a olhar diferente para a política e para o papel do jornalista que, até então, estava nas mãos dos que detinham o poder, como os políticos.

Nesse período, o país ainda passava por um sistema ditatorial e os movimentos sociais estavam em conflito ideológico com os grandes veículos de comunicação (FREITAS, 2006). Com isso, a população passou a se reunir em movimentos sociais ou grupos menores reivindicando seus direitos. A classe mais pobre e marginalizada se reunia contra os que oprimiam e, assim, o jornalismo também ganhava uma nova ‘cara’, com raízes populares. Surge, então, o jornalismo popular como meio também de lutar por direitos dessas minorias.

Para Giovancarli (2016) esse o jornalismo independente surge com um intenso traço democrático e participação popular, ora as discussões ainda são basicamente as mesmas do jornalismo independente, o diferencial aqui é o protagonismo popular e as mudanças conjunturais. O autor defende o jornalismo comunitário como importante uma ferramenta de autonomia dos cidadãos. No entanto, o enfraquecimento do jornalismo comunitário pode ser observado a partir da lacuna presente entre os jornalistas e o mercado altamente competitivo (GIOVANCARLI, 2016).

A relação entre comunicação, cultura, democratização e regulamentação são eixos importantes para pensar políticas públicas e estimular o jornalismo comunitário. Segundo Giovancarli (2016), as práticas culturais e os debates sobre redemocratização comunicacional concederam forças para o surgimento do jornalismo comunitário, que foi utopicamente ganhado pela Constituição de 1988, ao falar de redemocratização da comunicação.

Mesmo diante dos desafios e barreiras relacionados às políticas públicas e produção cultural, é necessário pensar em uma comunicação feita pela população e para a população (VOLPATO, 2014; GIOVANCARLI, 2016). Nesse aspecto, é autêntico a revalorização do local e da informação de proximidade (VOLPATO, 2014), vertente pertinente às discussões sobre cidadania e interações promovidas pelas plataformas digitais no âmbito social.

À vista disso, Freitas (2006) reitera que o papel social do jornalismo comunitário consiste no engajamento social e político, e possibilita aos comunicadores uma maior liberdade na produção da notícia.

O jornalismo comunitário apresenta-se como um espaço para o debate de questões de interesses diferentes dos grandes veículos de comunicação e o profissional quando atua nessa área acaba por ter a oportunidade de debater assuntos de interesse da comunidade, mas que não teria espaço na grande imprensa, sendo assim, ele pode discutir e aprofundar o fato (FREITAS, 2006, p. 25).

Assim como abordado anteriormente, o jornalismo comunitário reúne suas pautas com ênfase nos problemas locais, temas que interessam comunidades de modo particular, no intuito da valorização social dos que, muitas das vezes, estão à margem e que não tem visibilidade nos convencionais veículos de comunicação (FREITAS, 2006). A partir disso, ousamos dizer que o princípio norteador do jornalismo comunitário é contribuir com melhorias na região, principalmente no âmbito comunicacional, cuja proposta deste é conduzir os membros da comunidade a se tornarem agentes produtores de jornalismo local, criando seus próprios veículos de comunicação, valorizando a cultura e particularidades da região (FREITAS, 2006).

A web contribuiu para que cidadãos e grupos sociais pudessem colaborar com a produção de notícias, a ação dá sentido ao jornalismo participativo e cívico, um processo que consolida a democracia a partir dos cidadãos presentes em todos os lugares (TARGINO, 2009). Com o termo "repórter-cidadão", empresas jornalísticas recebem e pagam por material das diversas camadas populares, sejam em formato fotográfico ou vídeo. Esses novos agentes atuam como fonte aberta no jornalismo participativo/cidadão (TARGINO, 2009), consequentemente, o jornalismo comunitário e cidadão, andam lado a lado por possuírem características semelhantes e atuarem sob a mesma ótica comunicacional.

Portanto, este capítulo preocupou-se em apresentar as noções básicas que envolvem o jornalismo independente, desde a sua prática nas plataformas digitais a caracterização do jornalismo e da comunicação alternativa, popular e comunitária. Ademais, foi discutido aqui os arranjos alternativos frente a crise no jornalismo e as formas de produção noticiosa, partindo do interesse em debater temas ligados às questões sociais e a comunidade local. Para uma melhor compreensão conceitual, abaixo segue um quadro que mostra as principais características do jornalismo independente, alternativo e popular.

Quadro 1 – Principais características do jornalismo independente e outras divisões

| DIVISÕES                       | CARACTERÍSTICAS                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>JORNALISMO INDEPENDENTE</b> | É um jornalismo sem vínculos com partidos políticos e empresas midiáticas. Autossustentam-se e tem por base a independência editorial e autonomia jornalística bem como a manutenção democrática.                                                                        |
| <b>JORNALISMO ALTERNATIVO</b>  | Um jornalismo caracterizado como uma imprensa alternativa aos convencionais meios de comunicação, não tem fins lucrativos, possui relação com a cultura popular e viabiliza o debate social.                                                                             |
| <b>JORNALISMO COMUNITÁRIO</b>  | Um jornalismo realizado por jornalistas e moradores da própria comunidade que enfatiza o caráter democrático e interesse pela participação popular com temas que transmitem proximidade entre a comunicação e o público.                                                 |
| <b>JORNALISMO POPULAR</b>      | Um jornalismo mediado pelas relações de proximidade com a população local; o público da própria comunidade passa a participar das práticas comunicacionais, se torna um “comunicador” e vai em busca de uma transformação social a partir do próprio jeito de comunicar. |

Fonte: A Autora (2020)

### **3 NOÇÕES SOBRE O CAMPO JORNALÍSTICO: REGIONALISMO E A RELAÇÃO COM O JORNALISMO INDEPENDENTE**

A proposta deste capítulo se resume em apresentar um breve contexto histórico sobre o jornalismo independente no Brasil e sua relação com o regionalismo, nas discussões sociais e midiáticas. Ademais, propõe-se destacar ainda as características e o impacto dessas iniciativas nas plataformas digitais, a partir do estudo sobre convergência digital, jornalismo online e construção da notícia.

#### **3.1 Percurso do jornalismo independente no mercado midiático a partir do século XX**

A princípio conhecida como imprensa alternativa, a proposta desse arranjo jornalístico era primordialmente se opor aos conglomerados veículos de comunicação da época, e ser, como o próprio termo assinala, uma alternativa jornalística em meio a tenebrosa situação de ditadura em que o país estava inserido (MENDES, 2011).

Segundo os estudos de Kucinski (1991) no período em que a ditadura esteve no ápice no Brasil, 1964 a 1980, muitos jornais surgiram com algumas características em comum, como: a oposição ao regime militar, a restauração da democracia e o respeito aos direitos humanos. Além disso, esses veículos foram grandes críticos do modelo econômico vigente, principalmente, aos assuntos relacionados ao apoio econômico entre veículos de comunicação e partidos políticos (KUCINSKI, 1991; MENDES, 2011). É justamente nesse recorte histórico que esses meios de comunicação se tornaram conhecidos como a imprensa alternativa ou imprensa nanica, seguindo, geralmente, um formato tabloide, ou seja, um jornal menor, mais ilustrativo e conciso nas notícias, diferente dos jornais convencionais da época (KUCINSKI, 1991; MENDES, 2011).

Ainda nessa linha, Kucinski (1991) ressalta que o termo imprensa alternativa possui mais alguns sentidos além de oposição aos veículos de comunicações comerciais, dentre os quais podemos destacar quatro pontos: 1) não ter nenhum vínculo com posicionamentos e grupos hegemônicos; 2) opção por temas da esfera pública que geralmente são excluídos da imprensa convencional; 3) única saída jornalística próxima da comunidade local, com editorial distinto dos grandes conglomerados midiáticos e 4) a população como protagonista das transformações sociais (KUCINSKI, 1991). Dessa forma, nesse emaranhado de sentidos o jornalismo independente se destaca como “instrumento de resistência e principal espaço de reorganização política e ideológica” (KUCINSKI, 1991, p.07) principalmente, quando se tratava de assuntos tipicamente da esquerda (PISMEL, 2019).

Nesse contexto, enquanto o Estados Unidos e a Europa vivenciavam o ciclo do jornalismo alternativo repleto por discussões econômicas, reflexões acerca do marxismo, movimentos de contracultura (ruptura com os costumes cultural), a imprensa alternativa no Brasil se destacava com o combate político-ideológico, constante busca por transformações estruturais e seguia com a crítica ao capitalismo periférico e ao *imperialismo* (KUCINSKI, 1991, p.06, Grifo do autor), distinguindo-o dos demais pela dimensão política adotada. Esse processo de comunicação alternativa reuniu jornalistas, intelectuais e ativistas políticos que compartilhavam ideais semelhantes, no intuito de legitimar a linha editorial (KUCINSKI, 1991) - daí a noção de rearticulação midiática e política ganham destaque no meio social e comunicacional.

Desde a década de 70, no Brasil, a imprensa alternativa se mostrou com uma "função social de criação de um espaço público, contra-hegemônico" (KUCINSKI, 1991, p. 10), assim, o jornalismo nesse contexto contribuía para a formação crítica nacional e para a realização sociopolítica, além da luta pela democracia e participação popular. Nesse mesmo período, a imprensa contra-hegemônica era vista como uma sucessora da imprensa panfletária de 1880-1920, cujo jornais eram direcionados para a sociedade civil e às classes menos favorecidas (KUCINSKI, 1991; MENDES, 2011).

A partir disso, o percurso do jornalismo independente no Brasil, até então conhecido como imprensa alternativa, ganha força por volta do ano de 1964, com o lançamento da revista PIF-PAF. Após esse momento, surgem outros ciclos alternativos, como no ano de 1967, com a criação dos jornais “O SOL, PODER JOVEM e AMANHÃ” (KUCINSKI, 1991, p.18 Grifo do autor). Em meio essa busca por espaço midiático e a presença de um jornalismo crítico, em 1969, surge a revista O PASQUIM e o jornal OPINIÃO, jornais ligados à imprensa alternativa mais conhecidos da época, reconhecido pela resistência político-cultural. Ademais, seguindo um panorama da imprensa alternativa mais jornais de cunho alternativo surgiram ao longo das décadas de 1970 a 1980, período marcado pela diversificação temática e arranjos regionais, os quais também seguiam uma linha de ativismo político e de discussões feministas (KUNCISKI, 1991).

Vistos como protagonistas na ação social em plena ditadura, a imprensa alternativa ganhava força nos movimentos populares e entre os estudantes universitários. Inserido nesse processo, as Comunidades Eclesiais de Base (Ceb's) também participaram dessa movimentação no campo jornalístico em virtude da comunicação alternativa e sua difusão nos lugares de forte predomínio das articulações desses grupos, tornando conhecido o jornalismo basista (KUCINSKI, 1991; PISMEL 2019). Isto significa, um jornalismo que surge da linha alternativa

no seio dos grupos das comunidades eclesiais de base. Ademais, a imprensa alternativa conseguia crescer no país, a cada ano mais de cinco novos jornais surgiam, porém a inviabilização econômica, falta de apoio e perseguições impediam a difusão dos materiais, levando muitos desses novos jornais sucumbirem (KUCINSKI, 1991).

Paralelo a essa realidade, o estudo realizado por Patrício e Silva (2018, p. 14) demonstra a notável presença do "amplo debate sobre as esferas públicas e privadas", a autossustentabilidade, o diálogo sobre território no processo de construção de sentidos e ressignificações como característica do jornalismo independente, tal como iniciativas que são coletivos de mídia, atributos que não mudaram muito desde o surgimento da imprensa alternativa. Inclusive faz-se necessário observar as particularidades presente neste arranjo jornalístico e sua conexão com o aspecto regional, tendo em vista a ideia de territorialidade do jornalismo e seu vínculo com a identidade cultural e a comunidade (PATRÍCIO, SILVA, 2018).

Diante disso, mesmo discutindo a imprensa alternativa desde meados do século XX, vale ressaltar que o jornalismo independente retoma a visibilidade midiática em 2013, a partir das coberturas de diversas manifestações no Brasil. Se antes a imprensa alternativa se configurava em uma alternativa aos meios de comunicações elitistas, agora, com um novo ciclo do jornalismo independente, vários veículos de comunicação também se apresentam como um produtor de "jornalismo sem vínculo econômico, político e editorial com grupos empresariais" (BERNARDES, 2018), os quais se auto sustentam (PATRÍCIO; SILVA, 2018) com recursos próprios e com a contribuição de leitores (BERNARDES, 2018) e principalmente, retomam a discussão do papel social do jornalismo com destaque em pautas "sociais e humanitárias" (BERNARDES, 2018, p.22).

### **3.2 Convergência jornalística: a era do jornalismo independente nas plataformas digitais**

Em meio das diversas possibilidades de comunicar e levar a notícia a diversos lugares, as plataformas digitais também exercem um papel social ao conduzir o jornalismo independente a várias pessoas, possibilitando a visibilidade de pautas que inúmeras vezes são negligenciadas pelo jornalismo convencional (BERNARDES, 2018). E falar de plataformas digitais é recordar como o processo tecnológico interveio nas relações comunicacionais.

Castells (2002) destaca que o processo de avanço tecnológico impulsionou a integração dos meios de comunicação em uma rede interativa a qual gerou um impacto no comportamento social, tendo em vista as relações sociais e o compartilhamento de ideias. Reforçando esse diálogo, ao trilhar o caminho de interação social, processo comunicacional, consumo de informações e disseminação de conteúdo, principalmente, nas plataformas digitais percebemos

que vivemos com a mídia e pela mídia, interligadas em um universo organizado por mídias digitais na rede e em rede (CASTELLS, 2002; CAPOBIANCO; KÜNSH, 2019), é como se a sociedade estivesse interligada por meio da mídia nas questões básicas do cotidiano, seja no ato de ouvir podcasts, ler um jornal, assistir televisão, sintonizar no programa de rádio preferido ou simplesmente estar online, conectados por algoritmos e funções tecnológicas que facilitam ainda mais o contato com as mais diversas realidades midiáticas. Não é à toa que por meio da mídia e das plataformas digitais, interagimos automaticamente com o ambiente audiovisual e cibernético de forma livre e independente (CASTELLS, 2002; SBARDELOTTO, 2006).

Nesse contexto, a autonomia do público, no ato de comunicar, mas especificamente as iniciativas de jornalismo independente, se contrapõem ao jornalismo convencional, já que emite e recebe informações (CASTELLS, 2002) da própria comunidade como uma via de mão dupla. Essa ação acaba sendo motivada ainda mais por meio da internet, a rede que liga a maior parte das redes, conecta computadores entre si, meios de comunicação e pessoas. Não é por acaso que Castells (2002) se refere a esse processo de conexões como a constelação da internet. Ora se formos parar para observar o universo e suas constelações, vemos o conjunto de astros que o constitui, todos conectados pela gravidade, uma força que permite a interação entre todos os corpos no universo, desde uma galáxia inteira, até o menor dos grãos de poeira. Estrelas, planetas, cometas e enfim, como uma rede de computadores interligadas no universo comunicacional por meio da internet, conectando não só sistemas operacionais, mas um processo informacional e cultural (CASTELLS, 2002) em diversas partes do mundo. Resumindo essa relação, a gravidade seria a internet e os astros que compõem o universo seriam a rede de computadores, os smartphones, as pessoas conectadas, as informações que circulam o universo informacional e etc.

Diante disto, vemos como a interação e participação no espaço cibernético conduz a uma comunicação espontânea e informal que, conseqüentemente, tem prosperado na sociedade (CASTELLS, 2002, p. 440). Em tal caso e fazendo um paralelo com o jornalismo, Bronosky e Santos (2019) destacam que o jornalismo não ultrapassa apenas a linha de ser somente um agente de informação noticiosa, mas amplia seu sentido ao se tornar vigia social que se preocupa em educar, investigar e, principalmente, exercer a crítica sobre suas produções. Portanto, diante de uma comunicação mediada pela internet, o jornalismo realiza seu papel social que ultrapassa as barreiras de apenas produzir notícias. Em concordância com a função social e sentido de pluralidade, Lage (2014, p.20) destaca o jornalismo como "uma prática social" que segue o processo evolutivo da sociedade em seus diversos aspectos, desde um trajeto epistemológico aos detalhes da vida social. Em concordância com isso, o jornalista, enquanto profissional

executor dessa função social, deve seguir de forma ética e cautelosamente reunir informações de interesse público (LAGE, 2014).

Perante o diálogo e imerso na noção de convergência midiática e cibercultura, Rüdiger (2013, p. 10) aponta a cibercultura como "um cultivo do mundo" que inclui cada vínculo cibernético, ou simplesmente, tudo aquilo que envolve o meio virtual, desde a rede de computadores à internet, até cada pessoa conectada em seus smartphones. É um processo que se concentra a noção de cibernético, à comunicação informatizada, a mídia digital interativa em convergência com as comunidades virtuais, as redes sociais, o webjornalismo e a ação de estar online (RÜDIGER, 2013).

À vista o progresso da convergência midiática e da democratização da comunicação, Jenkins (2009, p. 336) ressalta o surgimento dos jornalistas cidadãos, a mudança de paradigmas entre a mídia corporativa e a cultura participativa, e a adoção de estratégias que a indústria midiática adota a partir da noção de convergência, no intuito de moldar o comportamento do consumidor. São estratégias que ressaltam as mudanças na forma de agir das empresas jornalísticas e na forma como o público externo enxerga os meios de comunicação.

Com essas discussões, observamos como as pessoas se relacionam com as plataformas digitais, com uma mídia mais interativa e participativa do que os demais veículos noticiosos, como a televisão, que implica na 'passagem' de uma individualização para uma "prática interligada em rede" (JENKINS, 2009, p. 337), isso relacionado ao consumo midiático. É importante ressaltar que o consumo individualizado ao qual o autor se refere, diz respeito ao público consumindo informações por apenas um meio de comunicação, e quando se refere a prática interligada em rede recordamos a "constelação da internet" discutida a cima, ou simplesmente, agora, o consumo deixa de andar em uma via de mão única e trilha um caminho de via dupla (JENKINS, 2009), paralelo as mídias sociais, aos meios convencionais de comunicação e as interações sociais norteados pela internet.

Diante do exposto, Jenkins (2009) aponta a convergência midiática como uma incentivadora a participação coletiva. Os consumidores deixam de ser apenas receptores e passam a participar do processo comunicacional, não é à toa que o autor enfatiza a convergência como um trampolim para a ascensão das mídias alternativas, e também do jornalismo independente, é justamente pela facilidade no acesso e distribuição de materiais, bem como produção de conteúdo ligado à comunidade e a cultura local, ou seja, uma forte presença de uma mídia "comunitária" que possibilita a "participação e a colaboração dos membros da própria comunidade" (JENKINS, 2009, p. 338).

Nas palavras de Jenkins (2009), podemos perceber a relação entre convergência midiática e jornalismo independente, conforme descrito acima. Não é algo distante, mas algo conectado pela participação colaborativa, discussão da cultura local frente ao trabalho midiático e uma alternativa aos conglomerados veículos de comunicação. Assim, o termo independência e alternativa ao que diz respeito a imprensa, nos conduz a noção de uma iniciativa que se mantém por conta própria, com a ajuda de colaboradores voluntários, mas que tem autonomia e liberdade frente a produção jornalística. E é exatamente essa proposta que as plataformas digitais oferecem às iniciativas de jornalismo independente, autonomia. Contudo, é importante ressaltar que no caso do jornalismo, a iniciativa só é de fato independente se não possuir vínculos com veículos de comunicação *mainstream* (PATRÍCIO; SILVA, 2018).

Ao discutirmos sobre convergência midiática, também se torna necessário tocarmos em um ponto importante na história do jornalismo e que também se relaciona ao jornalismo independente: a crise no jornalismo. Crise que está presente em diversos momentos da história do jornalismo. Vejamos: a era da internet iniciou então com o Youtube um processo de compartilhamento de vídeos e informações com baixo custo e alto alcance de público. Esse dinamismo foi um dos principais agentes de mudança na TV e não só alterou os padrões de entretenimento, mas também do jornalismo à medida que conseguia a atenção do público que antes era direcionada aos telejornais (CHRISTOFFOLETI, 2019).

Perante essas mudanças, e perpendicularmente, temos as reduções de jornalistas nas redações, que de acordo com os dados da Volt Data Lab, as demissões de jornalistas aumentaram no Brasil desde 2012, chegando a 2327 profissionais demitidos nas redações. Para reforçar ainda mais a situação crítica, a última atualização desses dados em agosto de 2018 somou um total de 7817 demissões de jornalistas nas empresas de comunicação (CHRISTOFFOLETI, 2019).

Essa realidade não é muito distante do que vemos atualmente e do que já fora registrado em meados do século XX, a diferença é que o avanço tecnológico tem permitido que mais pessoas ingressem nas plataformas digitais para distribuir material jornalístico. Assim, ao discutirmos sobre a crise no jornalismo vemos que não é um assunto tão recente, desde 1990, já se tinha iniciado o "alerta" aos jornais. Porém, enquanto nos Estados Unidos a noção era de declínio, no Brasil na mesma época, era um processo de crescimento com o surgimento de novos veículos. Apenas partir dos anos 2000 que o país sentiu as sucessivas quedas.

Nesse contexto, Christoffoleti (2019) deixa claro como esse é um processo complexo, e assim como nas demais áreas, é também dinâmico e multifacetado. Assim, possui diversas características singulares no decorrer da ação. Esse movimento instável não se enquadra

somente no campo epistemológico e de mercado, mas se concretiza também na extinção das revistas, pouca audiência televisiva, demissão de profissionais e enxugamento das redações, além dos impactos na credibilidade e confiança nos meios no ato de se informar. Por isso, o autor ressalta uma crise que é financeira, política e existencial (CHRISTOFFOLETI, 2019).

O cenário da crise não afetou apenas os jornalistas e o jornalismo impresso, as estações de rádios e os canais de TV também sentiram esse impacto ao observarem o declínio da audiência e, por conseguinte, a onda da internet capturava a atenção do público, principalmente, os mais jovens, influenciando financeiramente uma saída no contexto comunicacional com o então conhecido jornalismo online e novos arranjos.

Nesse cenário, os jornais populares<sup>1</sup> aproveitam a oportunidade e brilham diante da crise, conseguindo superar os convencionais veículos jornalísticos por reunir uma boa estética, formato, linguagem mais simplificada e clara, baixo custo e, principalmente, por ser direcionada aos leitores das classes populares (CHRISTOFFOLETI, 2019). A partir de então, muitas empresas de comunicação passaram a criar novos arranjos na própria produção jornalística, e se reinventaram para retornarem com um jornalismo mais próximo do público. Por conseguinte, após alguns anos as versões digitais dos jornais de *mainstream* passaram a reconquistar a audiência. Muito além de um produto, o jornalismo se apresenta como um serviço ao público.

### **3.3 Mídia regional, blogs e portais de notícia: proximidade com o público e suas relações com o jornalismo independente**

A preocupação pelas discussões sobre mídia regional e local está em representar e difundir conteúdo da região na imprensa (PERUZZO, 2005, p.74), cujas dimensões observadas ressaltam as identidades histórico-cultural e a proximidade (PERUZZO, 2005; DORNELLES, 2006). Diante disso, Peruzzo (2005, p.70) aponta que a mídia regional e local foi "precedida pela comunicação alternativa, popular ou comunitária", comunicação essa que se originou em um contexto de intensas atividades dos movimentos sociais em prol da democracia. Com isso, não é tão difícil de relacionar ambas, tendo em vista que a comunicação alternativa se enquadra no viés da comunicação local e é exatamente esse paralelo que fazemos ao falar de jornalismo independente.

No campo de mídia local e regional, Peruzzo (2005) revela a origem dos laços quando a comunicação diz respeito à proximidade. Os laços, em seu sentido literal, servem para unir

---

<sup>1</sup> O termo 'populares' aqui não se relaciona ao jornalismo independente, mas ao fato de ter um jornal mais atrativo e mais barato nas bancas alcançando a população mais pobre.

algo e da mesma forma na comunicação regional, esses laços se relacionam intrinsecamente com o sentido de proximidade, de pertença, de sentir-se representado entre o que é noticiado e a região.

Mesmo com uma relação estreita entre comunicação comunitária, regional e local, podemos destacar algumas diferenças cruciais na distinção delas. Reitero, que toda comunicação comunitária é local, mas nem toda comunicação regional e local pode ser denominada como comunitária ou alternativa. Isso se dá pela diferença básica de "vínculos sociais, auto sustentabilidade, protagonismo cidadão e promoção da cidadania" (PERUZZO, 2005, p. 76). Enquanto isso, o jornalismo regional se detém em retratar a realidade local a partir da relação de proximidade com o público e, não estabelece necessariamente um distanciamento dos grandes conglomerados de mídia, muito pelo contrário, utilizam as empresas de comunicações para a veiculação de conteúdos regionais no intuito de se aproximarem do público e ainda conseguir audiência (PERUZZO, 2005).

Embora diferente do jornalismo alternativo, o jornalismo regional ou de proximidade, "se caracteriza por vínculos de pertença, enraizados na vivência com o lugar e com a informação de qualidade" (PERUZZO, 2005, p.81). Em suma, um jornalismo também preocupado em retratar acontecimentos de uma determinada região que geralmente não são vistos em convencionais meios de comunicações.

Filho (2019) aponta que a questão da proximidade está presente no jornalismo desde o processo de criação ao produto jornalístico pronto, ação essa vinculada por meio de "construções simbólicas" com os jornalistas e a própria comunidade (FILHO, 2019, p.105). Isso acontece pela inserção dessas construções em um determinado território, cujo local carrega suas próprias identidades culturais, algo que vem a possibilitar certa participação e uma maior aproximação jornalística com a população (FILHO, 2019).

Diante deste contexto, surge a questão das notícias 'geo-sociais' que ganham notoriedade à medida em que diversos meios de comunicações, em especial os digitais, firmam sólido vínculo com o território geográfico (HESS, 2013, p. 49), no intuito das publicações desempenharem seu papel social, possibilitando, o que discutimos anteriormente, o senso de lugar, de pertencimento e identidade local (HESS, 2013; HESS; WALLER, 2014).

É por isso que Hess (2013) destaca como a noção geográfica torna-se importante por espelhar um "conjunto de valores jornalísticos" dada a proximidade de eventos ao público local, ação essa "compartilhada entre as organizações de notícias" (HESS, 2013, p. 52). Nesse mesmo fluxo, a autora ressalta o termo "hiperlocal" como informações relevantes para as comunidades populares (2013, p. 53), assim sendo, um jornalismo voltado para as questões sociais da

comunidade, particularidade encontrada principalmente nas iniciativas independentes (DORNELLES, 2006; HESS, 2013; HESS; WALLER, 2014).

Dessa forma, Gadini e Shoenherr (2016, p. 60) afirmam que o jornalismo regional se manifesta em níveis "globais, nacionais, regionais e locais" atrelados às "práticas culturais" como um fenômeno presente na produção, circulação e no território do qual faz parte. Dessa forma, esse diálogo permite-nos observar a regionalidade por diversos ângulos, desde as identidades culturais, econômicas e políticas, até as narrativas jornalísticas no intuito de aproximação com o público (GADINI; SHOENHERR, 2016; SPARREMBERGER, 2018).

Ainda nesse panorama conceitual, Bavaresco e Locatelli (2019) enfatizam que o jornalismo, de modo especial, o regional, é capaz de se moldar de acordo com a memória e identidade em um processo contínuo de construção social. Vale lembrar, que a identidade deve ser compreendida a partir da nacionalidade, cultura, etnia, gênero, sexualidade (BAVARESCO; LOCATELLI, 2019, p. 113), deste modo, um jornalismo plural, entendendo que a identidade é individual e ao mesmo tempo coletiva, pois vivemos em sociedade, inseridos em diversos contextos.

Importante ressaltar que mesmo diante dessas particularidades, "os processos de regionalização são complexos e mutáveis" (BAVARESCO; LOCATELLI, 2019, p.117). Não é apenas um jornalismo que se apossa de narrativas regionais para ter uma aproximação com o público, muito pelo contrário, é necessário a consciência de "agente social" e perceber a presença de características identitárias local e as rupturas com as relações hegemônicas manifestadas por várias vezes em diferentes discursos e relações de poder.

Esses pontos são importantes tópicos para se discutir o regionalismo e suas transformações no decorrer dos anos. Ademais, ainda podemos relacionar essas mudanças com as transformações proporcionadas pela presença da internet e os novos arranjos dos convencionais veículos de comunicação. Para compreendermos melhor, a internet se tornou um meio utilizado por alguns veículos de comunicação e comunicadores, em geral, para alcançar os mais diversos públicos. A partir disso, as plataformas digitais tomam posse de uma estratégia jornalística no intuito de garantir prestígio e qualidade nas publicações, a distribuição de informações, algo que conduziu o público a consumirem informações além dos sites e portais de notícias, essas informações poderiam facilmente serem encontradas nas mídias sociais como o Facebook, Twitter, ou em pesquisas no Google (CHRISTOFFOLETI, 2019).

A presença da internet conduziu o jornalismo para um processo de arranjo aos novos processos. Conceitos de convergência midiática, ciberjornalismo, cibercultura ou web, a atenção estava voltada para o meio virtual como uma nova estratégia midiática e facilmente

compreendemos os motivos desse sucesso todo. Essa novidade veio carregada por características como instantaneidade, memória, interatividade, multimídia, hipertextualidade e personalização (REINO, 2017), algo que garantiu ao ciberjornalismo uma grande atenção da imprensa, tendo em vista a facilidade e o baixo custo de publicar qualquer conteúdo. É diante disso, que vemos a conexão que o usuário estabelece com sua máquina (REINO, 2017).

Em uma realidade agora cibernética, os blogs, também, ganham destaque entre os estudiosos de jornalismo e consumidores midiáticos. Essa atividade virtual surgiu na década de 1990 como uma prática de "registro das atividades do cotidiano" e favoreceu a "disseminação de ideias" nas plataformas digitais, ainda com uma característica muito pessoal que ao passar do tempo foi sofrendo modificações (CONDE, 2018, p. 178). Ademais, o blog pode ser compreendido como um meio de comunicação pessoal e interativo, com inserção de hipertexto e linguagem de fácil compreensão, além de possuir uma estrutura simples e ter a presença de seguidores, como uma "população online" que geralmente comentam nas publicações (CONDE, 2018).

A forma livre e pessoal de escrever nos blogs conduziu ao jornalismo um potencial emissor de informações, ainda mais com o surgimento dos blogs jornalísticos (CONDE, 2018). Envoltos nessa perspectiva, a blogosfera progressista também ganha destaque nas discussões jornalísticas, a pluralidade como característica principal, a inclusão das redes de mídias sociais como agentes midiáticos, a presença dos blogs como elementos renovadores do jornalismo convencional, tudo isso é objeto de estudo de muitos pesquisadores sobre o campo jornalístico (CARVALHO; ALBUQUERQUE, 2017).

Reiterando essa discussão, cabe ressaltar que a blogosfera e os blogs, geralmente, são formados por blogueiros jornalistas formados e não jornalistas, ou seja: comunicadores sem a formação acadêmica em jornalismo, que atuam como profissionais de comunicação por meio do ciberespaço. Essa nova onda que, atualmente, não é tão nova assim, mas ainda é popular, principalmente nas cidades interioranas, possibilitou produzir e divulgar conteúdo jornalístico com um olhar participativo do público, que agora não é apenas receptor, mas também é agente de mudança, como os protagonistas no jornalismo independente (CARVALHO; ALBUQUERQUE, 2017; CONDE, 2018).

Nesse sentido, Sbardelotto (2006) resalta que os blogs foram adotados por muitos jornalistas e até por pessoas comuns, como uma ferramenta da prática jornalística. Isso acontece, pela eficácia e facilidade em propagar as ideias. Nesse ensejo, findam-se tornando, em diversos momentos, uma alternativa referente ao jornalismo corporativo. O autor destaca

que os blogs conseguem revisitar as origens do jornalismo alternativo e ainda exercem, de alguma forma, uma articulação política, ação que acontece por meio das interações no espaço *online* (SBARDELOTTO, 2006; GUAZINA; BRASIL; OLIVEIRA, 2015). Outra característica que ganha destaque nesse meio, além da crítica em relação a mídia “opressora”, é a conexão entre os blogs, principalmente, entre a blogosfera progressista, em suma eles possuem laços de solidariedade que conectam um blog ao outro, gerando uma certa demarcação de território, algo que favorece a troca de informações (CARVALHO; ALBUQUERQUE, 2017).

Importante destacar, que para um blog ser considerado jornalístico, deve possuir os requisitos técnicos de uma redação jornalística, como o compromisso com a veracidade das informações e a ética profissional. Logo, deve seguir as normas deontológicas da profissão (CONDE, 2018, p. 193). Ainda nesse sentido, Guazina, Brasil e Oliveira (2015) ressaltam que os blogs se diferem dos meios convencionais por possuírem uma “liberdade opinativa, diversidade de vozes e hierarquização menos rígida” a respeito do conteúdo produzido, isso é atribuído, principalmente, para blogs que não tenham ligações com conglomerados veículos de mídia. Além disso, as autoras destacam que os ‘jornalistas – blogueiros’ tem em seus discursos um pouco alinhados com as funções do jornalismo, como atuar de forma ética, a fim de exercer um papel social em prol da democracia, com isso, esses meios por vezes se contrapõem as mídias corporativas como uma ação “contra-hegemônica” (GUAZINA; BRASIL; OLIVEIRA, 2015).

Em meio a isso, os blogs ainda passaram por uma crise de credibilidade, tendo em vista que qualquer pessoa, sendo jornalista ou não, poderia publicar qualquer tipo de informação, o que para o jornalismo é algo preocupante. Consequentemente, esses meios de comunicação, mais especificamente os blogs jornalísticos, provocaram transformações na atividade jornalística desde as práticas de apuração, até a circulação de informações (CONDE, 2018, p. 207).

Ao mesmo tempo que se discutem sobre a credibilidade dos blogs, vem à tona o conceito de jornal *online* e portais de notícias. Pode se pensar que são objetos semelhantes, mas de fato não o são. O jornal *online* pode ser definido pela possibilidade de publicar notícias de forma remota e instantânea (CONDE, 2018, p. 145) no meio digital, eles geralmente possuem uma versão impressa do mesmo jornal. Enquanto, que os portais de notícias oferecem outros serviços além do jornalismo, como por exemplo, a presença de fóruns de discussões, listagem de sites e direcionamento para outros sites de diversos conteúdos (CONDE, 2018), hospedados na própria plataforma.

Assim, nos deparamos com um detalhe importante nos estudos sobre jornalismo, o jornalismo colaborativo ou participativo. As janelas de comentários presentes nos sites, ou o contato disponível, favorece ao leitor/público participar, diretamente e indiretamente, da produção das notícias. Claro, que ainda cabe ao jornalista responsável realizar a triagem e apuração de todo material enviado às redações. Desse modo, e em meio aos avanços tecnológicos é observável o embate dessa afirmação, tendo em vista dois vieses. Primeiro, diante da realidade dos blogs, qualquer pessoa pode difundir informações em blogs e redes sociais; segundo, torna-se “real a participação a partir da sugestão ou envio de informações a veículos jornalísticos” (CONDE, 2018, p. 163) por meio dos contatos dos próprios jornais. O segundo ponto seria mais uma participação indireta das pautas do que da informação, propriamente dita, no processo de produção da notícia, já que cabe ao profissional jornalista realizar a apuração das informações e construção das pautas.

Portanto, diante do que foi exposto neste capítulo, podemos mensurar como a mídia e o jornalismo regional e local estão ligados ao conceito de jornalismo independente. Atuam com o viés do jornalismo interessando na proximidade entre o que é noticiado e a comunidade, entre as narrativas e a interação com o público, sem deixar de lado a identidade e anseios culturais. Ademais, este último tópico preocupou-se em relacionar o jornalismo independente com o regionalismo e as práticas difundidas nos blogs e sites de notícias como agentes sociais de propagação da notícia.

À vista disso, reiteramos o seguinte a respeito da comunicação e jornalismo independente no Brasil: muitas são as linhas de estudo neste campo com foco direcionado aos arranjos alternativos e profissionais; há a pluralidade de vozes no jornalismo independente; as pesquisas são atualizadas a fim de explicar como esse arranjo jornalístico encontra-se presente na sociedade; busca-se sempre responder quais as ligações territoriais presente nas autodescrições dessas iniciativas, bem como nos produtos disponibilizados no ciberespaço e conhecer qual o perfil do comunicador nos veículos alternativos. Com base nisso, pesquisas como as realizadas pela Agência Pública, pelo projeto Atlas da Notícia, pelo Centro de Pesquisa Comunicação e Trabalho ECA/USP, vem a influenciar cada vez mais o aprofundamento epistêmico dessa práxis, não só partindo do olhar jornalístico, mas enquanto instrumentos de contribuição para o campo científico frente as transformações sociais e tecnológicas. Desse modo, esta pesquisa vem a contribuir não só para com esses estudos, mas também proporcionar um levantamento sistemático das iniciativas de jornalismo independente no Maranhão, a fim de inserir essas iniciativas, até então desconhecidas, nas pesquisas atuais nacionais e nas discussões regionais.

## 4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente capítulo destina-se a apresentar o processo metodológico desta pesquisa, a fim de conhecer os métodos e técnicas empregadas para a coleta e análise de dados. No intuito de alcançarmos o objetivo deste estudo, a pesquisa foi dividida em quatro fases: levantamento bibliográfico e documental; levantamento dos dados empíricos; aplicação de questionários *online* e a última fase, a análise e interpretação dos dados coletados. Ademais, realiza-se uma breve apresentação de conceitos das técnicas de pesquisa utilizadas, assim como os detalhes do corpus desta pesquisa.

### 4.1 Pesquisa exploratória e o levantamento dados

Este tópico, dedica-se a descrever duas fases deste estudo: o levantamento bibliográfico, documental e o de dados empíricos.

Em suma, a presente monografia foi definida como um estudo investigativo exploratório, o qual evidencia uma análise qualitativa. Desse modo, Figaro (2018) enfatiza que a pesquisa exploratória consiste na busca e no encontro do pesquisador com elementos importantes para compor o estudo, a fim de dar "continuidade a investigação" (FIGARO, 2018, p.33) e alcançar os resultados esperados nos objetivos.

Conforme, Gasque (2007) os estudos qualitativos sustentam seu processo analítico em distintas linhas, as quais também sofrem influência do pesquisador no que concerne a análise subjetiva dos dados, sendo o pesquisador um importante sujeito, tanto no processo investigativo quanto interpretativo dos dados coletados. A autora ainda ressalta que esse método não foca na quantificação dos dados, com a predominância de números nas análises e estruturação do banco de dados (GASQUE, 2007), característica dos estudos quantitativos, mas em respostas que esses números nem sempre conseguem responder. Dessa forma, a pesquisa qualitativa pode com mais eficácia responder questões complexas da sociedade, como conhecer melhor um "fenômeno social" (COSTA et al., 2020, p. 21).

Assim, iniciamos a primeira fase, de investigação bibliográfica e documental a fim de propor um embasamento teórico para o tema. Nesta etapa foi possível perceber que a temática aqui proposta já vem sendo trabalhada desde a década de 1980 pelo campo científico, mas continua se atualizando, seja na práxis jornalística ou nas pesquisas, tendo em vista, principalmente, os novos arranjos jornalísticos alternativos e a crise nas redações. Contudo, mesmo sendo um tema há tempos discutido no campo científico, ainda cabe realizar novas inferências sobre o assunto. Atualmente, alguns autores nacionais como Cicília Peruzzo (2009), Edgard Patrício (2018), Dennis Oliveira (2019), Nelson Reis (2017) e Roseli Figaro (2020)

retomaram seus estudos para essa problemática, assim como também é um assunto presente na literatura internacional como nos estudos de Domingo e Le cam (2015), Chris Atton (2002), Susan Forde (2011), Hess e Waller (2014).

O levantamento bibliográfico serviu para uma breve conceituação e caracterização do jornalismo independente, que assim como nos estudos de Figaro (2018), esta etapa reuniu fontes de livros, artigos publicados em revistas do campo da comunicação e áreas afins como também trabalhos apresentados em congressos e simpósios. O material bibliográfico utilizado partiu das referências presentes no final de cada texto, a partir disso formamos uma “biblioteca” com os principais autores de cada assunto, divididos em pastas por tema e ano de publicação.

Posteriormente, seguimos para a segunda fase da pesquisa, o levantamento de dados empíricos. Essa segunda parte foi dividida em dois blocos: 1) mapeamento de blogs das cidades de Imperatriz e São Luís no Maranhão e 2) mapeamento de sites e portais de notícias autodeclarados independentes/alternativos em todo o Estado. Para realizar esse processo investigativo foram adotadas as seguintes técnicas de pesquisa: *snowball* e aplicação de questionário online.

A técnica *snowball sampling* ou bola de neve é uma estratégia não-probabilística, capaz de conduzir a pesquisa a várias fontes por meio de sucessivas indicações. Baldin e Munhoz (2011, p.333) destacam essa técnica como uma “semente” que gera novos filhos, ou seja, “os participantes iniciais de um estudo indicam novos participantes, que por sua vez indicam outros participantes”, até que seja alcançado o objetivo da pesquisa.

Nas palavras de Patton (2002) a técnica bola de neve é uma abordagem para localizar pessoas bem informadas sobre determinado assunto, que ele chama de “informadores-chaves”. O autor enfatiza que quanto mais pessoas forem contatadas e mais novos casos forem se acumulando, a bola de neve torna-se maior. Normalmente no início desse processo as informações divergem, mas à medida que mais fontes participam do processo, as informações começam a convergir e percebe-se a repetição de alguns dados (PATTON, 2002).

Com base nessa técnica, entramos em contato com amigos e colegas jornalistas no intuito de alcançar as indicações necessárias para a pesquisa. A priori, contamos com o apoio da Assessoria de Comunicação da Canal Comunicação e da Intermídia, empresas de comunicação atuantes em Imperatriz e São Luís, respectivamente, que encaminharam um *mailing list* com os principais links e contatos de comunicadores de cada região, incluindo jornais impresso, rádio, TV, blogs, sites e portais de notícias.

A partir dessas listas, foi organizado um banco de dados em uma planilha do Excel, a qual reuniu os meios de comunicação presentes apenas nas plataformas digitais, que é o recorte

deste estudo. Ademais, no intuito de afunilar ainda mais o escopo da pesquisa, realizamos dois recortes: 1) levantamento dos blogs de Imperatriz e São Luís e 2) levantamento de sites de notícias e mídias sociais das demais regiões do estado. Referente aos blogs, preferimos analisar apenas os de Imperatriz e São Luís, por serem as duas maiores cidades do estado. Essa restrição foi feita por proporcionar uma melhor análise do objeto, tendo em vista a grande quantidade de blogs na região. Imperatriz foi escolhida por ser a segunda maior cidade do estado e possuir curso superior com habilitação em Jornalismo; e São Luís por ser a capital, local de maior concentração de veículos de mídia e também por possuir graduação em cursos da área da Comunicação.

O levantamento dos blogs das duas cidades citadas aconteceu mediante a disponibilidade do *mailing list* (Canal e Intermídia), pesquisa na internet e da busca em *blogrol* dos blogs mapeados, espaço geralmente localizado na parte lateral da página onde os blogueiros indicam outros blogs parceiros. Diante disso, foi possível reunir 88 blogs, sendo 65 de São Luís e 23 de Imperatriz. Optamos por realizar o levantamento de blogs pela grande quantidade desse veículo no estado, usados, principalmente, para conduzir informação em cidades mais interioranas onde geralmente são listadas como desertos de notícia, conforme ressaltado nos estudos do projeto Atlas da Notícia nos últimos três anos, e no intuito de verificar se esses comunicadores se autodeclaram produtores de jornalismo independente, mesmo sabendo que blogs seguem uma linha mais pessoal.

O projeto Atlas da Notícia é uma iniciativa que propõe realizar um mapeamento de jornalismo local a partir de veículos produtores de notícia. Esse levantamento conta com a participação de pesquisadores e voluntários de todas as regiões do país. Com isso também verificamos no banco de dados do site a presença dos veículos de jornalismo independente no Maranhão. Nesse processo encontramos apenas dois veículos, os quais já estavam presentes no levantamento inicial deste estudo. Além disso, as demais mídias mapeadas para esta monografia também serão incluídas ao banco de dados do Atlas da Notícia e assim contribuirá para estudos sobre os desertos de notícias e temas similares.

Para realizar o mapeamento dos sites, portais de notícias e mídias sociais seguimos passos semelhantes ao levantamento dos blogs, com exceção das iniciativas presentes somente nas mídias sociais como Facebook, Instagram e Youtube. No levantamento dos sites e portais de notícias seguimos com pesquisas na internet, digitando no buscador palavras-chave como ‘jornalismo independente’, ‘Maranhão’, ‘mídia alternativa’, pesquisa no site Teias de Comunicação Popular do Brasil e no Mapa do Jornalismo Independente da Agência Pública (2016), acompanhamento das redes sociais de algumas iniciativas e indicações de outras

iniciativas de jornalismo independente. Concomitante a isso, entramos em contato por e-mail com alguns veículos solicitando indicações de outros veículos independentes e fomos preenchendo a planilha com as informações necessárias.

Para o mapeamento das mídias sociais, foi realizado a pesquisa a partir de palavras-chave no buscador do Facebook e Instagram, além da observação diária das postagens, curtidas e *lives* de algumas iniciativas encontradas, essa estratégia possibilitou localizarmos outras iniciativas. Mais uma colaboração importante nessa fase foi a nomenclatura desses veículos, já que essas iniciativas geralmente trazem no nome alguma característica da região ou o próprio nome do município, como por exemplo, o site de notícias “O Pedreirense”, é um site de notícias independente localizado na cidade de Pedreiras – MA.

Nas palavras de Amaral, Fragoso e Recuero (2011), os métodos de pesquisa na internet são uma atividade desafiadora pela pluralidade, heterogeneidade, conexões e interações entre os atores sociais. Nesse universo também é possível destacar como os sites se caracterizam como perfis identitários os quais acabam gerando “laços sociais” por meio da web, interações essas que basicamente a “etnografia virtual” proporcionaria também uma compreensão diante da complexa comunicação mediada pela internet e rede de computadores (AMARAL; FRAGOSO; RECUERO, 2011).

Esses desafios também estiveram presentes no decorrer deste estudo, tendo em vista a conexão presente nas plataformas digitais. Para concluirmos o levantamento observou-se, especificamente a auto declaração, ou seja, as descrições de cada veículo nas plataformas digitais e alguns marcadores do jornalismo. Essas declarações, geralmente, encontram-se presentes na aba “Quem somos”, “Sobre”, “Conheça o projeto”, “Nosso trabalho” e afins, ou seja, uma aba destinada para falar da iniciativa. Em alguns casos as descrições das iniciativas estavam localizadas na descrição da rede social, no final ou início da página/site ou na barra lateral. Os marcadores de jornalismo adotados para esse levantamento foram produção de notícias, reportagens, entrevistas, matérias, documentários, podcasts e detalhes da rotina produtiva, usualmente alguns desses marcadores estão presentes na aba de menu e editorias dos próprios sites e nas descrições e publicações das redes sociais de algumas iniciativas.

Durante o levantamento empírico foi possível perceber o forte engajamento da mídia de jornalismo independente nas redes sociais como o Facebook e Instagram, geralmente essas plataformas são usadas para as chamadas de notícias e direcionamento para o site ou para o canal no Youtube. Além disso, utilizamos como estratégias de pesquisa o acompanhamento das redes sociais das iniciativas mapeadas, a fim de encontrarmos novas iniciativas e por conseguinte a aplicação de questionários online.

## 4.2 Descrição do *corpus* da pesquisa

O corpus deste estudo foi delimitado a partir de um levantamento do jornalismo independente realizado pela Agência Pública em 2016, o Mapa do Jornalismo Independente. Ao observarmos esse mapa, percebemos a ausência de veículos independentes do Maranhão, e diante disso nos questionamos: O Maranhão possui iniciativas de jornalismo independente nas plataformas digitais? Qual a contribuição desse jornalismo para a sociedade? Como esse jornalismo é produzido? Quem produz um jornalismo independente?

Esses questionamentos foram motivadores para a construção desse estudo e por isso, esta monografia se preocupou em mapear as iniciativas alternativas no Estado, a fim de verificar o perfil do jornalismo e do comunicador independente, principalmente, em checar a presença de jornalismo independente nas plataformas digitais maranhenses. O levantamento empírico reuniu sites, portais de notícias, blogs e redes sociais autodeclarados ‘independentes’.

A fim de concluirmos o levantamento das iniciativas de jornalismo independente no Estado, a pesquisa reuniu 88 blogs das cidades de Imperatriz e São Luís, 23 sites e 4 mídias sociais localizados em diversas regiões do estado. A partir desse recorte, o questionário foi destinado a 13 iniciativas autodeclaradas independentes, encaminhado por meio de e-mail, WhatsApp dos fundadores e *direct* das mídias sociais das iniciativas, desses 10 responderam o questionário *online* proposto. Reitero, que o *survey* foi destinado somente para treze iniciativas, devido apenas essas se enquadrarem nos requisitos desta pesquisa, que partiu principalmente, pela particularidade das auto declarações como mídia de jornalismo independente.

Para compor este estudo foi realizada uma análise das autodeclarações de cada iniciativa, o que nos permitiu identificar o jornalismo independente no Maranhão presente nas plataformas digitais. O estudo reuniu iniciativas presentes nas plataformas digitais nas seguintes localidades: São Luís (6), Imperatriz (3), Corredor Carajás (1), Pedreiras (1), Matinha (1) e Vargem Grande (1). Essas treze iniciativas correspondem aos objetos principais desta monografia, as quais foi destinado um questionário online para verificarmos o perfil da iniciativa e dos profissionais fundadores.

O questionário *online* foi uma estratégia pertinente para essa pesquisa tendo em vista os desafios propostos pela pandemia da Covid-19, principal fator que inviabilizou a realização das entrevistas presenciais em profundidade. A priori os questionários seriam apenas para traçar um breve perfil das iniciativas e comunicadores objetos deste estudo, e a partir disso seria realizado entrevistas por meio de ligações ou videoconferência, porém ao aprofundarmos as

questões, percebemos o amplo campo de análise e discussões das respostas, então optamos por não realizar as entrevistas em profundidade e focarmos na análise dos questionários.

A aplicação dos questionários *online* é uma estratégia de pesquisa em que se torna possível investigarmos minuciosamente uma determinada amostra da população, ou seja, por meio dos questionários obter respostas mais padronizadas e relevantes ao tema. Ademais, essa técnica permite que o pesquisador examine a importância de cada resposta do questionário (BABBIE, 1999). Além disso, o questionário torna possível a prática de uma pesquisa social empírica que nos permite descrever e explicar determinada população a partir de dados de uma amostragem que pode ser compreendido como uma coleta ou levantamento de dados formado por perguntas abertas e fechadas (BABBIE, 1999; CARLOMAGNO, 2018).

O formulário foi produzido na plataforma do Google Forms contendo nove seções, divididas em 67 questões abertas e de múltipla escolha, das quais houve a coleta de dados pessoais dos representantes e da iniciativa. As seções abordam questões sobre os participantes, conceitos, independência, rotina produtiva, conteúdo editorial e a relação com o público. Essas seções serviram para identificar quais as principais funções e atividades realizadas pelos participantes na iniciativa, os conceitos de cada representante sobre o jornalismo independente e ainda verificar a presença de financiadores e infraestrutura técnica e local.

Por fim, esse levantamento sistemático reuniu respostas de blogs, sites de notícias e redes sociais, tendo em vista o enfoque nas plataformas digitais. Para entendermos melhor, o próximo capítulo destina-se exclusivamente às análises e discussões provenientes desses questionários.

## 5 RESULTADOS E ANÁLISES

O objetivo deste capítulo é apresentar os resultados obtidos a partir da aplicação dos questionários online (*Surveys*). O formulário reuniu respostas de dez iniciativas autodeclaradas independentes ou produtoras de jornalismo alternativo. A partir da coleta dessas respostas tornou-se possível traçar um breve perfil dos comunicadores e das iniciativas de jornalismo independente presente nas plataformas digitais do Maranhão. Diante disso, esse capítulo foi dividido em quatro grandes blocos, que mesclam explicações e discursões sobre os veículos e os comunicadores. O processo de divisão dos blocos conduziu a subdivisão de outros que mostram de forma detalhada as características da mídia independente no estado, onde estão presentes, quais os principais produtos jornalísticos produzidos, a quantidade de funcionários, forma de sustento da iniciativa, rotina produtiva dos comunicadores, quem são esses comunicadores e outras informações.

### 5.1 A mídia independente no Maranhão

O levantamento realizado nessa fase da pesquisa reuniu 13 iniciativas autodeclaradas independentes e a descrição desses veículos tornou-se possível a partir da autodeclaração presente na própria iniciativa, seja no site ou nas mídias sociais, e por meio das respostas dos *surveys* aplicados, conforme o quadro a seguir.

Quadro 2 – Veículos autodeclarados independentes ou alternativos

| Nome                 | Cidade           | Principal meio de veiculação noticiosa                 |
|----------------------|------------------|--------------------------------------------------------|
| Agência Tambor       | São Luís         | Site, Facebook e Instagram                             |
| Blog O Cubo          | São Luís         | Blog                                                   |
| Blog Buliçoso        | São Luís         | Blog                                                   |
| Coletivo Pinga Pinga | Corredor Carajás | Instagram                                              |
| Explana Mermã        | São Luís         | Instagram e Youtube                                    |
| Imperatriz Online    | Imperatriz       | Site, Facebook, Instagram, Youtube, Twitter e WhatsApp |
| Mídia Índia          | Imperatriz       | Site, Facebook e Instagram                             |
| Portal Assobiar      | Imperatriz       | Site e Instagram                                       |
| Portal Matraca       | Matinha          | Site e Instagram                                       |
| O Pedreirense        | Pedreiras        | Site e Instagram                                       |
| SobreOTatame.com     | São Luís         | Site, Instagram, Twitter e Youtube                     |
| TV Quilombo          | Vargem Grande    | Facebook, Instagram e Youtube                          |

|                |          |                     |
|----------------|----------|---------------------|
| TV Comunidades | São Luís | Instagram e Youtube |
|----------------|----------|---------------------|

Fonte: A Autora (2020)

Para conhecermos melhor cada iniciativa segue abaixo a descrição de cada veículo. As informações das descrições abaixo partiram das autodeclarações das próprias iniciativas, das respostas aos questionários *online* e a partir do contato com alguns comunicadores.

### 5.1.1 Agência Tambor (site)

Figura 1 – “Sobre Nós” da Agência Tambor



Fonte: Captura de tela (2020)

A 'Agência Tambor' é um site de jornalismo independente e alternativo, com sede localizada em São Luís – MA. Foi fundado em 2018 e atua até hoje nas plataformas digitais, principalmente, no Facebook e Instagram. Na autodeclaração presente na aba “Sobre nós”, a Agência Tambor<sup>2</sup> afirma ser “uma ação de apoio à comunicação livre, popular, comunitária e alternativa” e um espaço dedicado para produção de conteúdo jornalístico. Ademais, o site possui uma rádio web, Jornal da Tambor e uma rádio jornal semanal que vai ao ar de segunda

<sup>2</sup> Agência Tambor. Disponível em: <http://www.agenciatambor.net.br/>. Acesso em 06 de março de 2020.

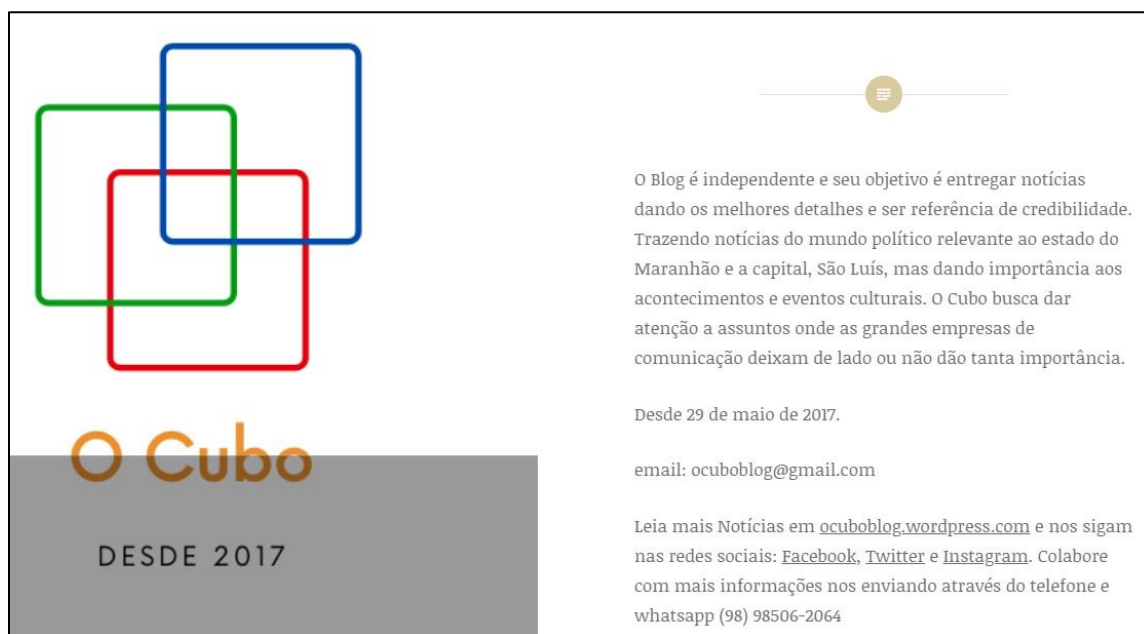
a sexta-feira a partir das 11h, produz podcasts e matérias jornalísticas para as plataformas de mídias sociais (Facebook, Instagram e Twitter) com periodicidade de publicação diária.

O nome do site faz referência ao toque dos tambores das comunidades quilombolas e tem em sua base fundadora as lutas sociais, defesa dos direitos humanos e a favor da democratização da comunicação no Brasil.

- **Público alvo:** Quilombolas, indígenas, camponeses, comunidade local, comunidade escolar e outros.
- **Plataformas utilizadas para veicular informações:** Facebook, Instagram, Youtube, WhatsApp, Twitter, Sites, Blogs, Rádio Comunitária.

### 5.1.2 O Cubo (blog)

Figura 2 – “Sobre Nós” do blog O Cubo



Fonte: Captura de tela (2020)

O ‘O Cubo’ é um blog da cidade de São Luís – MA, autodeclarado mídia de jornalismo independente e alternativo. Fundado em 2017 e continua atuando nas plataformas digitais. A criação do blog foi motivada por um estudante de jornalismo com o “objetivo de entregar notícias e ser referência de credibilidade”. Na aba “Sobre”<sup>3</sup> a iniciativa ressalta a “busca em

<sup>3</sup> **Blog O Cubo.** Disponível em: <https://ocuboblog.wordpress.com/sobre/>. Acesso em: 10 de março de 2020.

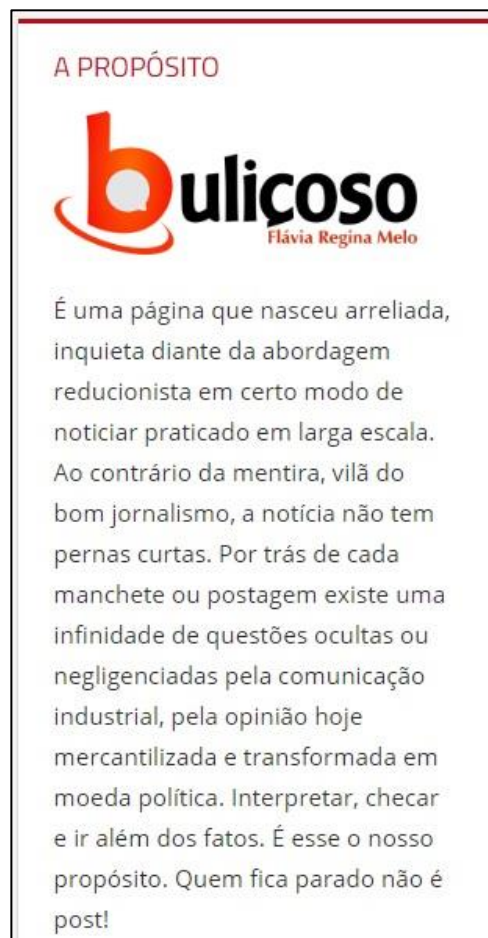
dar atenção a assuntos onde as grandes empresas de comunicação deixam de lado ou não dão tanta importância".

A equipe do blog é formada entre dois a cinco participantes, responsáveis por produzir matérias jornalísticas para as plataformas de mídias sociais (Instagram, Facebook e Twitter) e jornal online com uma periodicidade de publicações diária.

- **Público – alvo:** Comunidade local, jovens e adultos.
- **Plataformas utilizadas para veicular informações:** Facebook, Instagram, WhatsApp e Twitter.

### 5.1.3 Buliçoso (blog)

Figura 3 – “A Propósito” do blog Buliçoso



Fonte: Captura de tela (2020)

O ‘Buliçoso’<sup>4</sup> é um blog de São Luís que também se autodeclara independente, atua como uma mídia de jornalismo alternativo pela declaração de ser uma página “inquieta diante da abordagem reducionista em certo modo de noticiar praticado em larga escala da (comunicação industrial)”. Conforme descrito na aba “A Propósito”, localizada na lateral esquerda da página, o blog preocupa-se em “interpretar, checar e ir além dos fatos”.

A equipe é formada por apenas uma pessoa formada em jornalismo. Tem como principais produtos: TV Online no Youtube, podcasts, matérias jornalísticas para as plataformas de mídias sociais (Instagram, Facebook e Twitter) e o Jornal Online. ‘O Buliçoso’ não segue uma periodicidade de publicações padronizadas, mas continua atualizando as informações nas plataformas digitais.

- **Público – alvo:** Quilombolas, indígenas, camponeses, comunidade local, jovens e adultos e a comunidade escolar.
- **Plataformas utilizadas para veicular informações:** Facebook, Youtube, WhatsApp, Twitter e Blogs.

#### 5.1.4 Coletivo Pinga Pinga (mídias sociais)

Figura 4 – Instagram do Coletivo Pinga Pinga



Fonte: Captura de Tela (2020)

O 'Coletivo Pinga Pinga'<sup>5</sup> pode ser caracterizado como uma iniciativa de comunicação e jornalismo independente e popular, está presente nas comunidades tradicionais e território indígena a menos de cinco anos. Na descrição em suas redes sociais, a iniciativa se autodeclara como um “coletivo popular de comunicadores formados por jovens de áreas camponesas, quilombolas, ribeirinhas e indígenas”.

<sup>4</sup> **Blog O Buliçoso.** Disponível em: <https://bulicoso.com.br/>. Acesso em: 02 de abril de 2020.

<sup>5</sup> **Instagram Coletivo Pinga Pinga.** Disponível em: <https://instagram.com/coletivopingapinga?igshid=15sit0xpouf1x>. Acesso em: 04 de março de 2020.

A equipe é formada por cinco a dez participantes de várias comunidades ao longo do corredor Carajás<sup>6</sup>. Os principais produtos jornalísticos da iniciativa são: jornal em PDF, documentários, podcasts, matérias jornalísticas para as plataformas de mídias sociais (Instagram, Facebook e Twitter) e outros. Não possuem uma periodicidade de publicações definida, mas geralmente é possível encontrar material nas plataformas digitais.

- **Público – alvo:** quilombola, indígenas, camponeses, comunidade local, jovens e adultos, crianças e adolescentes, outros.
- **Plataformas utilizadas para veicular informações:** Facebook, Instagram, WhatsApp e Twitter.

#### 5.1. 5 Explana Mermã TV (mídias sociais)

Figura 5 – Canal no YouTube do Explana Mermã



Fonte: Captura de tela (2020)

O 'Explana Mermã TV'<sup>7</sup> é um canal no Youtube que também está presente no Instagram e destaca "a cultura, informação e atitude" por meio de "produções audiovisual a fim de divulgar, articular e reverberar a voz das diversas expressões culturais das comunidades do Maranhão". A auto descrição está disponível na aba “Sobre” do canal e nos vídeos documentários postados, a iniciativa pode ser caracterizada como uma mídia de jornalismo

<sup>6</sup> O corredor Carajás é formado por municípios do Maranhão (São Luís, Arari, Anajatuba, Santa Rita, Miranda do Norte, Vitória do Mearim, Alto Alegre do Pindaré, Buriticupu, Bom Jesus das Selvas, Açailândia, Cidelândia e São Pedro da Água Branca) e municípios do Pará (Marabá, Parauapebas e Carajás). Importante ressaltar que os membros do coletivo não estão presente em todas as cidades citadas. Disponível em: <https://justicanostrilhos.org/mapa-das-comunidades/>. Acesso em: 20 de novembro de 2020.

<sup>7</sup> **Explana Mermã**. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC7gGRJ9Kunl4IXuUBMLyajw/about>. Acesso em: 08 de maio de 2020.

independente e popular, principalmente por declararem que "O Explana Mermã tem na fala e na imagem o DNA da população marginalizada" que não tem espaço na grande mídia.

Nas publicações no canal do Youtube, o grupo apresenta documentários, videocliques e entrevistas sobre vários assuntos de cunho social e com foco em arte e cultura.

- **Público – Alvo:** Comunidade local de São Luís.
- **Plataformas utilizadas para veicular informações:** Youtube e Instagram.

#### 5.1.6 Imperatriz Online (site)

Figura 6 – “Sobre Nós” do Imperatriz Online



Fonte: Captura de Tela (2020)

A iniciativa Imperatriz Online<sup>8</sup> é um site e “comunidade digital” com sede na cidade de Imperatriz - MA, teve suas origens nas redes sociais, com uma página no Facebook em 2013. Atualmente, produz dois jornais online diários, o Jornal Antes do Almoço e o Jornal Fim da Tarde, disponibilizados no canal do Youtube. Além do campo jornalístico, a iniciativa também é voltada para o entretenimento. Geralmente realizam entrevistas em formato de *lives* e produzem podcasts. A autodescrição da iniciativa está presente no final da página no site, onde afirmam ser "uma emissora independente, desde fevereiro de 2013 (...) Não temos partido, nem lado político, nosso compromisso é com a verdade". O site declara que diariamente produzem notícias jornalísticas e entretenimento sobre a cidade de Imperatriz e região.

A equipe é composta por nove colaboradores divididos em jornalistas e estagiários na equipe de redação e quatro pessoas responsáveis pela produção, diariamente as matérias produzidas são disponibilizadas nas plataformas digitais da iniciativa.

- **Público Alvo:** Comunidade local e cidades vizinhas da região.

<sup>8</sup> Site Imperatriz Online. Disponível em: <https://imperatrizonline/>. Acesso em: 02 de junho de 2020.

- **Plataformas utilizadas para veicular informações:** Site, Facebook, WhatsApp, Instagram, Youtube e Twitter.

#### 5.1.7 Mídia Índia (site)

Figura 7 – Apresentação do site Mídia Índia



Fonte: Captura de tela (2020)

O site 'Mídia Índia'<sup>9</sup> é uma iniciativa de jornalismo independente, alternativo, comunitário e popular, com sede em Imperatriz – MA, mas realiza cobertura jornalística em diversos estados do Brasil. A iniciativa surgiu a partir de uma página no Facebook em 2017 e, posteriormente, tornou-se site. A autodescrição da iniciativa está presente na página principal da plataforma, onde se apresentam como “um projeto de rede de comunicação formada por jovens indígenas”. O projeto busca se “fortalecer enquanto uma mídia independente, conquistando um lugar importante na difusão das pautas e temas transversais a causa indígena”. O site apresenta em sua editoria produção jornalística com a aba de notícias e fotografias (fotojornalismo). Além disso, ainda destaca na "Rádio Mídia Ninja" a produção de podcasts.

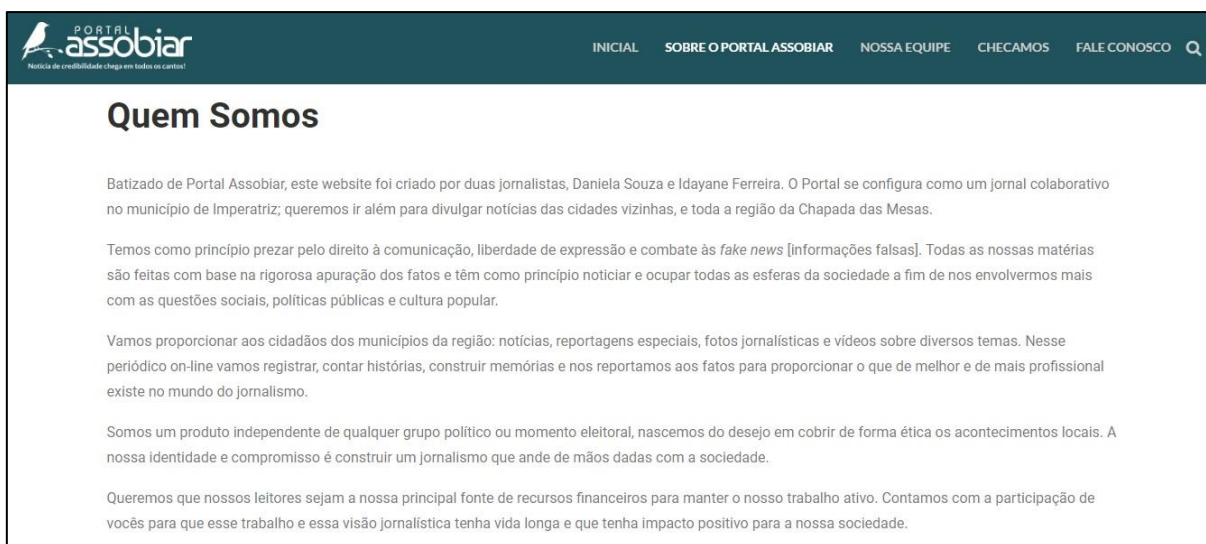
A equipe tem entre dez a quinze participantes que atuam nas comunidades indígenas de vários Estados. Os principais produtos jornalísticos são: Rádio Jornal Web, TV online no Youtube, documentários, podcasts e matérias jornalísticas para as plataformas de mídias sociais (Instagram, Facebook e Twitter). A periodicidade das publicações acontece diariamente, principalmente nas mídias sociais.

<sup>9</sup> Site Mídia Índia. Disponível em: <https://www.midiaindia.com/>. Acesso em: 28 de março de 2020.

- **Público – Alvo:** Indígenas, comunidade local, jovens e adultos, crianças e adolescentes.
- **Plataformas utilizadas para veicular informações:** Facebook, Instagram, Youtube, WhatsApp, Twitter, Sites.

#### 5.1.8 Portal Assobiar (site)

Figura 8 – “Quem Somos” do Portal Assobiar



Fonte: Captura de tela (2020)

O 'Portal Assobiar'<sup>10</sup> é um website de notícias caracterizado como independente e alternativo, fundado em 2020 na cidade de Imperatriz – MA. Na aba "Sobre o Portal Assobiar", a iniciativa se autodeclara como "um produto independente de qualquer grupo político ou momento eleitoral, nascemos do desejo em cobrir de forma ética os acontecimentos locais, cuja identidade e compromisso é construir um jornalismo que ande de mãos dadas com a sociedade". Além disso, se configuram como “um jornalismo colaborativo”, cuja missão se relaciona com a preocupação social, a fim de “produzir um jornalismo de credibilidade para Imperatriz e região”.

A equipe é formada por duas jornalistas, mas também conta com vários colunistas que voluntariamente colaboram com o site. Os principais produtos do Portal é a produção de matérias jornalísticas para as plataformas de mídias sociais (Instagram, Facebook e Twitter) e outros. A periodicidade das publicações segue diariamente nas plataformas digitais.

<sup>10</sup> **Portal Assobiar.** Disponível em: <https://portalassobiar.com.br/>. Acesso em: 29 de agosto de 2020.

- **Público alvo:** Quilombolas, indígenas, camponeses, comunidade local, jovens e adultos, comunidade escolar.
- **Plataformas utilizadas para veicular informações:** Facebook, Instagram e Youtube.

#### 5.1.9 Portal Matraca (site)

Figura 9 – “Quem somos” do Portal Matraca



Fonte: Captura de tela (2020)

O 'Portal Matraca'<sup>11</sup> é um site de notícias independente, alternativo e popular, fundado em 2020 com sede na cidade de Matinha – MA, na baixada maranhense. Na aba “Quem somos”, na parte superior esquerda do site, o Portal Matraca se autodeclara como "um veículo online regional que tem na cultura a essência de seu jornalismo" com a missão de "empoderar cidadãos através da comunicação, para abrir novas possibilidade e para transformar realidades". A iniciativa destaca a produção de matérias jornalísticas dos gêneros informativo e opinativo sobre a região da baixada maranhense.

<sup>11</sup> **Portal Matraca.** Disponível em: <https://portalmatraca.com/>. Acesso em 20 de maio de 2020.

A iniciativa conta com a participação de dois a cinco participantes na equipe, a qual é responsável pela produção jornalística da plataforma. Os principais produtos do site são: matérias jornalísticas para as plataformas de mídias sociais (Instagram, Facebook e Twitter) e jornal online. Ademais, o Portal realiza diariamente publicações de material jornalístico nas plataformas digitais.

- **Público alvo:** Comunidade local, jovens e adultos, crianças e adolescentes, e a comunidade escolar.
- **Plataformas utilizadas para veicular informações:** Facebook, Instagram, Youtube, WhatsApp, Twitter.

#### 5.1.10 O Pedreirense (site)

Figura 10 – “Quem somos” do site O Pedreirense



Fonte: Captura de tela (2020)

'O Pedreirense'<sup>12</sup> é um site de notícias classificado como produtor de jornalismo independente, alternativo e popular, localizado na cidade de Pedreiras – MA. Na aba “Sobre” presente na parte inferior a esquerda da plataforma, o site se autodeclara como um "Portal de notícias idealizado para realizar uma cobertura jornalística diária para a região do Médio Mearim" sob a missão de "oferecer informações de qualidade, de forma ética, profissional e independente, comprometida com os fatos e que ajude a promover a cidadania". O portal destaca a realização de cobertura jornalística, como notícias, entrevistas e reportagens disponíveis na aba principal e produção de vídeos documentais para o Youtube.

A iniciativa tem uma equipe formada por aproximadamente cinco pessoas e diariamente realiza publicações de matérias jornalísticas nas plataformas digitais, principalmente, no site e Instagram.

- **Público alvo:** Comunidade local e baixada maranhense.
- **Plataformas utilizadas para veicular as informações:** Facebook, Instagram, Twitter e Youtube.

#### 5.1.11 SobreOTatame.com (site)

Figura 11 – “Nosso Trabalho” do Site SobreOTatame



Fonte: Captura de Tela (2020)

<sup>12</sup> Site O Pedreirense. Disponível em: <https://opedreirense.com.br/>. Acesso em: 08 de setembro de 2020.

O site SobreOTatame.com<sup>13</sup> é uma plataforma de jornalismo digital fundado em São Luís e está em funcionamento a mais de cinco anos em solo maranhense. É uma iniciativa independente e alternativa que dedica o espaço nas plataformas digitais para falar sobre cidadania, comportamento e cultura. A autodescrição do site está disponível na aba “Nosso Trabalho”, local em que o site afirma acreditar em um “jornalismo e compartilhamento de conteúdo e histórias que valorizem os aspectos positivos e necessários para uma sociedade mais justa (...)”. O material publicado é genuinamente produzido pelos membros do site e englobam assuntos pouco abordados no jornalismo convencional.

A equipe é formada por dezenove participantes responsáveis pelas coberturas textuais, fotográficas e audiovisuais presente no site. Os principais produtos jornalísticos do SobreOTatame.com são: TV online (Youtube), documentários, podcasts, matérias jornalísticas para as plataformas de mídias sociais (Instagram, Facebook e Twitter). Geralmente esses materiais são publicados diariamente nas plataformas digitais da iniciativa.

- **Público alvo:** Quilombolas, indígenas, camponeses, comunidade local, jovens e adultos, crianças e adolescentes, comunidade escolar.
- **Plataformas utilizadas para veicular as informações:** Facebook, Instagram, Youtube, WhatsApp e Twitter.

#### 5.1.12 TV Quilombo (mídias sociais)

Figura 12 – Instagram da TV Quilombo



Fonte: Captura de tela (2020)

<sup>13</sup> Site SobreOTatame.com. Disponível em: <https://www.sobreotatame.com/>. Acesso em: 06 de março de 2020.

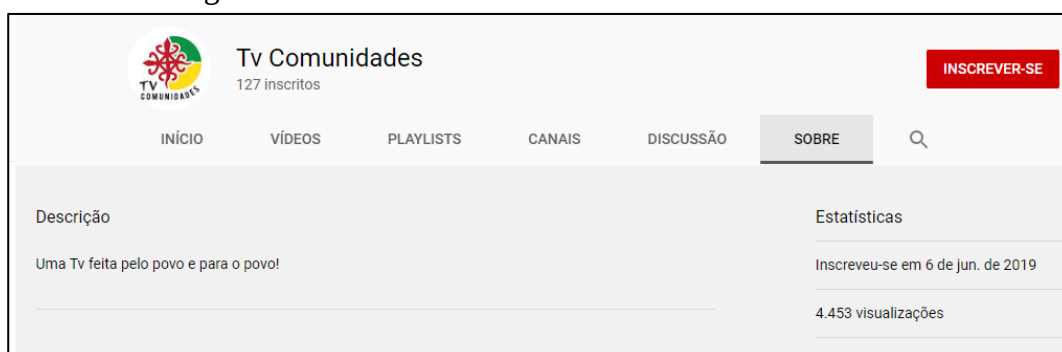
A "TV Quilombo"<sup>14</sup> é uma iniciativa independente, popular e comunitária, está presente nas redes sociais, de modo particular no Youtube e Instagram. Localizada no Quilombo Rampa no município de Vargem Grande – MA, a iniciativa se autodeclara um “coletivo formado por jovens pretos quilombolas”, comunitário, que utiliza materiais improvisados a fim de mostrar a vida diária da comunidade quilombola por meio de vídeos disponibilizados no Youtube e postagens no Instagram. A TV Quilombo ganhou o prêmio de melhor reportagem de mídia alternativa em 2018 no Festival Filmaê em Brasília-DF e está a mais de três anos levando informação sobre o quilombo com sua câmera de papelão, tripé de bambu, bambú drone e o cofo de palha.

A equipe é formada por aproximadamente cinco participantes que produzem documentários, matérias jornalísticas para as plataformas de mídias sociais (Instagram, Facebook e Twitter) e material para o canal do Youtube. A iniciativa segue com uma publicação diária nas plataformas digitais da iniciativa e atualmente, além da TV Quilombo também tem a rádio Quilombo.

- **Público alvo:** Quilombolas, indígenas, camponeses e comunidade local.
- **Plataformas utilizadas para veicular informações:** Facebook, Instagram, Youtube e WhatsApp.

#### 5.1.13 TV Comunidades (mídias sociais)

Figura 13 – Canal No Youtube da TV Comunidades



Fonte: Captura de tela (2020)

<sup>14</sup> **TV Quilombo.** Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC5SKAZwEfT8I-fcVTzHsjNg>. Acesso em: 06 de março de 2020.

A "TV Comunidades"<sup>15</sup> é um canal no Youtube que se autodeclara como uma "TV feita pelo povo e para o povo!", está localizada em São Luís e também está presente no Instagram. Na descrição da página no Instagram a TV destaca o compartilhamento de pequenos vídeos a fim de potencializar a voz das comunidades locais sob o olhar do próprio povo.

A iniciativa é classificada como um meio de comunicação comunitária e popular, possui entre cinco a dez participantes e está ativo a aproximadamente dois anos. Com uma periodicidade diária nas plataformas digitais, este veículo produz material para as plataformas de mídias sociais (Instagram, Facebook e Twitter), TV online no Youtube, pequenos documentários e podcasts.

- **Público alvo:** Quilombolas, indígenas, camponeses, comunidade local, jovens e adultos, Crianças e adolescentes, Comunidade escolar e outros.
- **Plataformas utilizadas para veicular informações:** Instagram, Youtube e WhatsApp.

Das iniciativas presentes no **Quadro 2**, dez responderam o formulário proposto. A partir dessas respostas foi possível realizar as seguintes inferências: a maioria desses veículos estão presentes na capital do estado, São Luís; eles utilizam as plataformas digitais como principal meio de veiculação das informações, a equipe é formada por mais de duas pessoas, exceto os blogs, e a produção de matérias formata-se em vários gêneros jornalísticos, do informativo e opinativo ao interpretativo. Vale destacar que a maioria das iniciativas ressaltou a forte influência do público no conteúdo jornalístico final: três iniciativas pontuaram como muito alto essa participação, outras três destacaram uma participação alta, três destacaram mediano e um classificou como baixo.

Sobre as equipes de trabalho, das dez iniciativas que responderam o formulário, quatro destacaram que a equipe é formada por 2 a 5 participantes, sendo que entre esses, um respondente afirmou ter a presença de alguns colunistas que colaboram com o portal, mas que não necessariamente são integrantes da iniciativa; três das iniciativas têm entre 5 a 10 participantes na equipe e os outros três foram divididos respectivamente da seguinte forma: um tem entre 10 a 15 participantes, um tem 19 participantes na equipe e um conta apenas com um participante, que nesse caso é um blog. Portanto, se tem uma maior colaboração dos participantes no processo de produção.

---

<sup>15</sup>**TV Comunidades.** Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCNiheIaPEI-n4pPEfg8yvBw/featured>. Acesso em: 04 de março de 2020.

As principais formas de seleção dos novos membros são por meio de convite dos coordenadores da iniciativa, voluntários que buscam contribuir com o jornalismo e processo seletivo. De acordo com o questionário, sete dos participantes ingressaram na iniciativa voluntariamente, a fim de contribuir com o jornalismo, dois afirmaram que essa colaboração se dá por meio de convite dos coordenadores da iniciativa e um realiza processo seletivo para escolher novos voluntários.

## **5.2 Apanhado geral das iniciativas de jornalismo independente, alternativo e popular no Maranhão**

Os processos de compreensão das iniciativas de jornalismo independente vão além da sua autodeclaração. Entender as motivações dessas iniciativas, a rotina produtiva, produtos produzidos e forma de assistência econômica também são importantes nesse processo, nos conduz a aprofundarmos os conceitos de jornalismo independente, alternativo, popular e comunitário, são apontamentos relevantes para o conhecimento sobre a práxis jornalística em sua totalidade e não apenas em casos isolados. Abaixo vemos como esses subtópicos são importantes nessa etapa.

### **5.2.1 Motivações para a fundação de uma mídia de jornalismo independente**

Este tópico permite compreender as razões que conduzem a criação de uma iniciativa e o sentido de pertença entre a comunicação e a comunidade. Para isso, listamos as principais razões que conduzem comunicadores e jornalistas a iniciarem um projeto de comunicação que não seja como os veículos convencionais de comunicação.

- A necessidade e o desejo de ampliar as iniciativas de comunicação democrática e independente;
- Aprimorar e usar as técnicas do jornalismo na prática;
- Frustrações com o mercado de trabalho e a vontade de exercer a função social do jornalista;
- Resgatar memórias e mostrar a rotina que a comunidade cria em seu desenvolvimento diário por meios de ferramentas comunicacionais como vídeo, foto e textos;
- Mostrar a realidade dos povos indígenas, quilombolas e tradicionais como protagonistas da própria história sem estereótipos negativos da imprensa corporativa;
- Necessidade em partilhar experiências profissionais e publicar matérias relacionadas a comunidades carentes de direitos básicos;

- Ir além da linha editorial presente nos convencionais veículos de comunicação;
- A ausência de um jornalismo empático, atencioso, sem ser submisso ao factual;
- Promover uma comunicação comunitária livre e popular.

Esses pontos ressaltam de modo particular o que conduziu cada comunicador a iniciar um projeto de mídia de jornalismo alternativo. Reitero, que assim como Christofolleti (2019), Figaro (2018) e Kucinski (1991) destacam em seus estudos sobre os arranjos alternativos, a maioria dos profissionais frente a crise da profissão buscam nas mídias alternativas uma “saída” e uma oportunidade para desenvolver e aprimorar as práticas comunicacionais, principalmente, quando essa *práxis* vai contra a linha editorial dos conglomerados veículos de mídia. A partir disso, vemos como o jornalismo independente surge do anseio por uma comunicação próxima da comunidade, com pautas produzidas por pessoas que são “filhos” da comunidade local e que sentem a necessidade de usufruir da comunicação jornalística como meio de informação e promoção da democracia e direitos coletivos.

### 5.2.2 Conteúdo publicado

Sobre a exclusividade/originalidade do conteúdo, cinco das iniciativas consultadas produzem material exclusivo e os demais têm suas produções divididas entre material original e enviados das assessorias de imprensa, inclusive tem iniciativas que recebem indicações e sugestões do público. As publicações dos colunistas são totalmente originais e tem iniciativas que também utilizam o espaço para reproduzir materiais de outros espaços tendo em vista o interesse em expressar a sua inquietação diante da sociedade.

### 5.2.3 Sustentabilidade financeira e financiadores/patrocinadores

Em relação a como a iniciativa se mantém e as características de gestão, elas geralmente convergem em dois métodos: dependem do financiamento coletivo, da publicidade e anúncios nas plataformas. A maioria das iniciativas (oito) não possuem financiadores fixos, apenas dois deles afirmam possuir financiamento externo, os quais não têm influência no conteúdo editorial. Desses, o financiamento acontece por meio de colaborações de organizações parceiras dos movimentos sociais e através de seleção de edital de projetos, promovidas por empresas particulares e pelo governo. Esse financiamento serve para a manutenção básica da iniciativa e beneficia os integrantes da equipe com ajuda de custo e apoio na produção do material.

#### 5.2.4 Infraestrutura

Referente a um local próprio para instalação da equipe e materiais, a maioria das iniciativas não possui um local somente com essa finalidade. Geralmente a equipe realiza os trabalhos em casa, dois deles possuem escritório próprio para os trabalhos da iniciativa. E a respeito dos equipamentos, os integrantes utilizam material próprio e são responsáveis pela manutenção dos equipamentos que utilizam na produção da informação.

#### 5.2.5 Rotina produtiva

Para entendermos a rotina produtiva das iniciativas de jornalismo independente, vejamos como a Tabela 1 distribui as principais características na rotina de uma iniciativa independente.

Tabela 1 – Classificação das características da rotina produtiva nas iniciativas mapeadas

| <b>Características</b>                | <b>M. Imp</b> | <b>Imp</b> | <b>Med</b> | <b>B. Imp</b> | <b>M. Baix</b> | <b>Ine</b> |
|---------------------------------------|---------------|------------|------------|---------------|----------------|------------|
| <i>Planejamento</i>                   | 3             | 2          | 3          | -             | 1              | 1          |
| <i>Apuração e checagem</i>            | 8             | 1          | 1          | -             | -              | -          |
| <i>Redação</i>                        | 6             | 1          | 1          | -             | -              | 2          |
| <i>Edição</i>                         | 3             | 6          | -          | 1             | -              | -          |
| <i>Planejamento de design gráfico</i> | 2             | 4          | 2          | -             | 1              | 1          |
| <i>Veiculação</i>                     | 5             | 2          | 1          | 2             | -              | -          |

Fonte: A Autora (2020)

A Tabela 1 distribui as principais características na rotina de uma iniciativa independente, fazendo referência a quantidade de iniciativas que destacaram o grau de importância de cada característica na rotina produtiva, em que se usa: **M. Imp** – Muito Importante; **Imp** – Importante; **Med** – Mediano; **B. Imp** – Baixa Importância; **M. Baix** – Muito Baixa e **Ine** – Inexistente para definir esse grau. Assim, vemos que a maioria classifica como muito importante a prática da apuração e checagem das notícias e redação, já referente ao planejamento geral, planejamento de design gráfico e redação quatro iniciativas comunicacionais relataram inexistente essa prática, um dado um pouco preocupante tendo em vista que o planejamento é uma base para a organização da própria iniciativa midiática. Também é possível percebermos a preocupação das iniciativas com a edição do material a ser publicado, com a veiculação e o planejamento do design gráfico particularidade importantes para a interação com o público. Ademais, apenas duas iniciativas afirmaram não seguir uma rotina produtiva bem detalhada.

Para melhor compreendermos a rotina produtiva nessas iniciativas, vejamos alguns passos destacados nesse processo diário, individual e coletivo da informação:

- Reuniões de pautas, produção, divulgação e acompanhamento da distribuição do conteúdo;
- Planejamento de conteúdo para site e redes sociais como Instagram e Facebook, constante diálogo entre os participantes e contato diário com a comunidade para a produção de matérias sobre aquele local;
- Recebimento semanal de releases, seleção (triagem dos assuntos), avaliação temática para apuração, contato com as fontes, checagem das informações, programação das postagens e empenho na publicação diária nas plataformas digitais.

Diante disso, fica claro como a apuração e a checagem da informação é uma preocupação constante nesse processo. A maioria dos consultados neste estudo relataram esses dois pontos como prioridade na construção da notícia.

#### 5.2.6 Eixos temáticos

O quadro a seguir foi realizado a partir das respostas de dez iniciativas independentes mapeadas e apresenta os principais temas trabalhados.

Tabela 2 – Principais temas trabalhados nas iniciativas mapeadas

| <b>Temas</b>                                             | <b>Quantidade de Iniciativas</b> |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------|
| <i>Política</i>                                          | 8                                |
| <i>Saúde</i>                                             | 8                                |
| <i>Educação</i>                                          | 8                                |
| <i>Cultura</i>                                           | 10                               |
| <i>Entretenimento</i>                                    | 5                                |
| <i>Temas que envolvem discussões raciais e de gênero</i> | 9                                |
| <i>Tecnologia</i>                                        | 4                                |
| <i>Infraestrutura</i>                                    | 3                                |
| <i>Segurança pública</i>                                 | 4                                |

Fonte: A Autora (2020)

A tabela acima discorre sobre os principais temas abordados no conteúdo das iniciativas mapeadas. A partir desse apanhado, observamos que temas como cultura, questões de raça e gênero, política, saúde e educação são os mais trabalhados na grande maioria desses veículos. Contudo, podemos afirmar que cultura é o tema de maior destaque, pela representação cultural que a comunicação comunitária oferece e por ser nessa linha que acontecem também a

discussão e transmissão de valores da comunidade local, daí o sentido de pertença e territorialidade, citados por Peruzzo (2008), Patrício e Silva (2018).

#### 5.2.7 Fontes

De acordo com os participantes deste estudo, as principais fontes contatadas para a construção noticiosa são: personagens (nove), assessoria de imprensa (sete), especialista (seis), fontes oficial (seis), site de notícias (seis), agências de notícias (cinco) e blogs (uma). Essa classificação segue uma ordem decrescente influenciada pela quantidade de vezes em que foram citadas pelas iniciativas, como por exemplo, a fonte personagem foi citada como nove vezes, enquanto que a fonte oficial foi citada em apenas seis das iniciativas.

Sabe-se que as fontes são peças importantes para a construção da notícia, porém vemos que a principal fonte destacada é a personagem, que geralmente são pessoas da própria comunidade. Isso também contribui para ressaltar a característica de proximidade entre o jornalismo independente e a comunidade por meio das questões locais e particularidades que envolvem aquele local. Ademais, ainda se tem um alto índice de assessoria de imprensa como fonte, geralmente essas pessoas são porta-vozes de empresas ou instituições que prestam serviços essenciais para a comunidade, ou simplesmente que encaminham releases para a re/produção de notícias.

#### 5.2.8 Gêneros Jornalísticos

No intuito de compreender os formatos de gêneros jornalísticos presentes nos produtos das iniciativas, questionamos cada participante sobre os formatos mais predominantes nos materiais divulgados. Dessa forma chegamos a seguinte relação, classificada em ordem decrescente de acordo com a quantidade de iniciativas, sobre os formatos mais citados estão: entrevista (dez), reportagem (dez), notícia (nove), nota (cinco), editorial (cinco), comentário, artigo e perfil foram citados quatro vezes, coluna (três), crônica e lista foram citados uma vez. Isso mostra a relação entre os veículos independentes e convencionais por adotarem os mesmos formatos como principais características de uma comunicação jornalística.

#### 5.2.9 Ferramenta de diálogo com o público

Aqui apresentamos como se dá a relação entre a iniciativa e o público consumidor da informação. Nesse sentido, as principais citadas foram a utilização de redes sociais como o Facebook, WhatsApp e Instagram (9), por email (oito), por meio do Youtube (seis) e por

telefone (cinco). Esses meios são utilizados como retorno sobre as matérias, correção de alguma informação e sugestão de pautas.

Portanto, esses pontos serviram para conhecermos melhor o perfil das iniciativas de jornalismo independente partindo da própria iniciativa. Diante disso destacamos, a necessidade da aproximação jornalística com a comunidade e frustrações com o jornalismo convencional como principais causas de comunicadores iniciarem um processo alternativo.

### **5.3 Perfil dos jornalistas e comunicadores do jornalismo independente no Maranhão**

Nesse bloco o foco é direcionado para conhecer quem está por trás das iniciativas de jornalismo independente no Maranhão. Dos treze veículos mapeados conseguimos entrar em contato com dez comunicadores responsáveis pela iniciativa, que por meio da aplicação de um questionário online foi possível traçarmos esse perfil.

A priori percebemos a predominância de homens à frente das iniciativas, tanto é que dos dez comunicadores respondentes, oito são homens e apenas duas são mulheres. A faixa etária é predominantemente é jovem, mas varia entre 23 a 53 anos de idade e são pessoas autodeclaradas pardas, pretas e indígenas.

#### **5.3.1 Formação acadêmica**

A maioria dos respondentes, oito, possuem ensino superior completo, desses, seis são formados em jornalismo e atuantes em iniciativas de jornalismo e comunicação independente, três possuem pós-graduação e outros dois têm o ensino superior incompleto. Diante disso, preferimos utilizar o termo ‘comunicador’ para se referir a esses representantes em vez de ‘jornalistas’.

#### **5.3.2 Profissões**

As principais profissões autodeclaradas por esses comunicadores foram de jornalista, professor, chargista, coordenador de comunicação, estagiário de auxiliar de clipping, produtor audiovisual, repórter e editor. Essas atividades são exercidas simultaneamente com as atividades da iniciativa.

De acordo com os profissionais, a maioria trabalha com jornalismo há aproximadamente cinco anos, somente dois desses estão trabalhando com jornalismo há quase um ano e os demais atuam na área da comunicação há mais de dez anos. Pensando no amplo universo da comunicação, o quadro a seguir detalha sobre as funções e principais atividades que esses comunicadores exercem na iniciativa.

Quadro 3 – Funções e principais atividades dos comunicadores na iniciativa

| <b>Função exercida na Iniciativa</b>                                         | <b>Principais atividades realizadas</b>                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Charges e ilustrações</b>                                                 | Produção de matérias jornalísticas (notícias, listas, entrevista), Acompanhamento das mídias sociais., Cobertura jornalística (textual e fotográfica).                                       |
| <b>Editor</b>                                                                | Produção de matérias jornalísticas (notícias, listas, entrevista), Acompanhamento das mídias sociais., Cobertura jornalística (textual e fotográfica).                                       |
| <b>Produtor, Cinegrafista, Editor</b>                                        | Produção de matérias jornalísticas (notícias, listas, entrevista), Edição de vídeos., Acompanhamento das mídias sociais.                                                                     |
| <b>Produtor, Repórter, Cinegrafista, Fotógrafo, Editor, Editor-chefe</b>     | Produção de matérias jornalísticas (notícias, listas, entrevista), Edição de vídeos., Material gráfico., Acompanhamento das mídias sociais., Cobertura jornalística (textual e fotográfica). |
| <b>Produtor, Repórter, Editor, Designer</b>                                  | Produção de matérias jornalísticas (notícias, listas, entrevista), Edição de vídeos., Material gráfico.                                                                                      |
| <b>Produtor, Repórter, Fotógrafo, Editor, Designer, Assessor de Imprensa</b> | Produção de matérias jornalísticas (notícias, listas, entrevista), Edição de vídeos., Acompanhamento das mídias sociais., Cobertura jornalística (textual e fotográfica).                    |
| <b>Repórter, Coordenador</b>                                                 | Produção de matérias jornalísticas (notícias, listas, entrevista), Material gráfico., Acompanhamento das mídias sociais., Cobertura jornalística (textual e fotográfica).                    |
| <b>Repórter, Editor</b>                                                      | Edição de vídeos., Material gráfico., Acompanhamento das mídias sociais., Cobertura jornalística (textual e fotográfica) e Outros.                                                           |
| <b>Repórter, Editor, Assessor de Imprensa</b>                                | Produção de matérias jornalísticas (notícias, listas, entrevista), Acompanhamento das mídias sociais e Outros.                                                                               |
| <b>Repórter, Editor, Designer</b>                                            | Produção de matérias jornalísticas (notícias, listas, entrevista), Acompanhamento das mídias sociais.                                                                                        |

Fonte: A Autora (2020)

Em conformidade com o quadro 3 é notável o acúmulo de funções na maioria das respostas, nove dos entrevistados exercem mais de uma função na iniciativa jornalística. Um detalhamento mais específico mostra a função de editor (oito) e repórter (sete) como as mais recorrentes entre os participantes. As demais ocupações citadas no formulário foram, respectivamente, produtor (quatro), designer (três), cinegrafista, fotógrafo e assessor de imprensa (dois) e editor-chefe, coordenador e chargista/ilustrações (um). Isso implica dizer que a cada dez pessoas, oito exercem várias funções simultaneamente. Esse marco já é um fator bastante conhecido entre os estudiosos de jornalismo, poucos profissionais, acúmulo de funções e atividades para suprir a necessidade de informar, circundam aquilo que conhecemos como uma crise no jornalismo (CHRISTOFFOLETI, 2019).

Ainda relacionado ao quadro 3, as principais atividades executadas pelos profissionais nas iniciativas mapeadas indicam que nove dos respondentes realizam o acompanhamento das mídias sociais e ainda produzem matérias jornalísticas como notícias, entrevistas e listas. Além disso as outras práticas envolvem, respectivamente, cobertura jornalística (seis), edição de vídeos (cinco), produção de material gráfico (quatro) e outras atividades. Vale ressaltar que isso é o indício de uma única pessoa exercendo de três a quatro atividades, e em alguns casos, cinco atividades na iniciativa.

Outro ponto relevante nessa discussão está relacionado ao fato de que a maioria dos profissionais afirmou exercer a função de editor e ser responsável pela produção de matérias jornalísticas. Dos dez comunicadores, apenas um ressaltou não produzir matérias como notícias, listas e entrevistas. Vale ressaltar que ao mesmo tempo que exercem outras atividades, esses membros ainda são responsáveis pelo acompanhamento das mídias sociais, presente em 90% das respostas (vide Quadro 3). Em um dos casos o profissional executa a produção de material gráfico, edição de vídeos e ainda é o designer da iniciativa.

### 5.3.3 Carga horária

O tempo dedicado às atividades diárias nessas iniciativas variam, mas ainda assim é possível traçar uma média de acordo com as respostas dos comunicadores. De acordo com a maior parte desses profissionais, eles dedicam entre seis a oito horas diárias para as atividades comunicacionais e em um dos casos se aproxima às dez horas de trabalho. Um caso muito particular é referente aos comunicadores de territórios e comunidades tradicionais, pois eles trabalham de forma autônoma sem seguir uma rotina diária.

#### 5.3.4 Renda proveniente da iniciativa de jornalismo independente

Mesmo com uma característica acentuadamente voluntária, em alguns casos a iniciativa garante uma fonte de renda para esses comunicadores. Oito dos dez profissionais afirmam que a iniciativa não gera nenhuma receita ou renda para seus voluntários e dois relatam receber alguma renda da iniciativa. Um declarou receber menos de um salário mínimo mensal e outro informou uma renda entre 2.500 e 3.000 reais. Ainda assim prevalece o trabalho voluntário em prol de uma comunicação mais próxima da comunidade. Diante dessa realidade, seis desses comunicadores informaram ter outro emprego os quais destacaram a profissão de professor, cinegrafista, autônomo, secretário e emprego na área da comunicação.

#### 5.3. 5 Motivações para participar da iniciativa de jornalismo independente

O anseio por novas práticas e maior engajamento com a comunidade conduziu pessoas das próprias comunidades a realizarem um jornalismo que aproximasse a informação da realidade local, com isso os comunicadores citaram as seguintes motivações para essa ação:

- Contribuir com a democratização da comunicação;
- Aperfeiçoamento das práticas jornalísticas;
- Criar espaços de compartilhamento de memória e cultura do lugar onde vivem;
- Necessidade da região em ter veículos de comunicação que se configura como um jornalismo colaborativo digital;
- As poucas oportunidades no mercado de trabalho;
- Fazer um jornalismo otimista e com valorização dos aspectos positivos do Maranhão;
- Ser um meio de comunicação popular;
- Proporcionar visibilidade às comunidades quilombolas e tradicionais.

### 5.4 Definições do jornalismo e jornalistas: visão dos comunicadores nas iniciativas independentes

#### 5.4.1 A compreensão dos jornalistas sobre a função do jornalismo

Compreender o campo jornalístico como prática social, atividade intelectual e criativa que contribui para a construção da realidade, é observar um processo de interações sociais entre profissionais e fontes como agentes sociais na distribuição da informação noticiosa (TRAQUINA, 2005; LAGE, 2014). Desse modo, esta seção limita-se a realizar uma análise da visão dos comunicadores sobre o jornalismo, a fim de observarmos a convivência entre o comunicador e a prática jornalística na iniciativa e sua compreensão conceitual.

Assim como Traquina (2005) e Lage (2014) alguns dos respondentes afirmaram que o jornalismo é “uma prática social fundamental no processo de produção de conhecimento na sociedade” (COMUNICADOR A, 2020), ou seja faz parte da construção da realidade e da democracia como uma “atividade essencial na manutenção do estado” (COMUNICADOR B, 2020). Com isso, podemos dizer que jornalismo é uma prática que vai muito além dos parâmetros noticiosos e interesses comunicacionais, interliga-se e se relaciona com os polos econômicos, políticos e intelectuais de quem produz, quem participa do processo, fontes, e quem recebe as informações, o público (TRAQUINA, 2005).

Contudo, temos a outra via da estrada nessa jornada jornalística, a crise na comunicação. Enquanto comunicadores e jornalistas apresentam o campo jornalismo como “uma ferramenta que pode fortalecer na luta pela igualdade e respeito das minorias”, por meio da “informação, opinião e interpretação” (COMUNICADOR H; COMUNICADOR J, 2020). Outros, como o Comunicador C (2020), ressaltam o lado sombrio da comunicação por ser “sufocante e opressor” tendo em vista os interesses econômicos por trás da informação veiculada em vários meios de jornalismo convencional, por vezes citados como “dominantes”. Ademais, a crise no jornalismo, a falta de credibilidade das informações, a enxurrada de notícias falsas e as demissões de jornalistas das redações (CHRISTOFFOLETI, 2019) também contribui para as discussões de como o jornalismo vem se moldando no decorrer dos tempos.

Em resumo, os comunicadores participantes deste estudo entendem e caracterizam o jornalismo tal como uma “ferramenta” em combate à desinformação, capaz de contar histórias e ressignificar, que também tem um compromisso com a sociedade na defesa direitos, uma atividade conduzida por princípios éticos, morais e que age com objetividade na construção noticiosa. Essas relações mostram como o jornalismo não pode ser definido exclusivamente como um fio condutor de notícias, não é estático, é dinâmico, pode ser moldado e sofre influências de várias instâncias. É como uma teia interligada por vários fios, a fim de comunicar, informar, conduzir conhecimento em prol da sociedade.

Ademais, vemos que as definições descritas se conectam com os princípios de cada iniciativa ao se referirem como um ‘defensor de direitos’, um jornalismo que não esquece de questões corriqueiras daqueles que são vistos apenas como audiência pelos conglomerados midiáticos. Diante disso, os comunicadores destacaram os seguintes princípios fundamentais para a prática jornalística: uma práxis ética e de interesse público a fim de aproximar a produção de notícias da comunidade local com credibilidade, veracidade, honestidade, objetividade e equidade na apuração das notícias. Não é uma atividade realizada de qualquer jeito, deve seguir um processo que parte desde a reunião de pautas, do contato com a fonte, da checagem para

não transmitir informações falsas, até a divulgação da notícia e esses princípios são “agentes” da boa condução do trabalho jornalístico.

Quando interrogados sobre a profissão, os comunicadores afirmaram que jornalista é um profissional formado em jornalismo, responsável pela apuração e produção de matérias jornalísticas e informações que circulam nos veículos de comunicação na sociedade e em diversas plataformas de mídias sociais. Todavia, outro ponto relevante nas respostas, foi a predominância do assunto sobre a formação acadêmica, muitos enfatizaram que uma pessoa pode ser chamada de jornalista por ser capaz de conduzir a informação com credibilidade mesmo sem formação acadêmica na área da comunicação.

Imerso neste universo deontológico, os participantes deste estudo ressaltaram que o jornalista e o comunicador devem ter como princípios no processo de produção noticiosa a apuração detalhada das informações, seguir com ética profissional, garantir que a informação seja real e compreendida por todas as pessoas, respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem de todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar e demais cidadãos.

#### 5.4.2 O que comunicadores independentes dizem sobre o jornalismo independente

Um jornalismo sem ligações político-partidária, que atua como uma alternativa aos conglomerados meios de comunicações, que é comunitário e popular, que cria “laços” com o público (PERUZZO 2008; REIS, 2017; PATRÍCIO; SILVA, 2018), são definições que cientistas do campo jornalístico atribuíram ao jornalismo independente nos últimos anos. Mas o que os próprios comunicadores acham dessa alternativa midiática? Como caracterizam esse universo comunicacional o qual estão inseridos? São questionamentos que variam de pessoa a pessoa, são realidades, cultura e pensamentos diferentes, mas que convergem em um ponto comum, partilham dos mesmos anseios de gerar informação para a comunidade sem ser influenciados por partidos políticos, empresários ou financiadores.

À vista disso, e semelhante aos conceitos apresentados no referencial teórico deste estudo o Comunicador G (2020) resalta o jornalismo independente como uma “fonte alternativa” capaz de utilizar os mesmos “princípios e processos de apuração para informar com responsabilidade”, porém, no momento de gerar a informação não permite que o interesse público seja “atropelado por meio da mercantilização da informação”, ou seja, um jornalismo obstinado a levar ao público informações com credibilidade sem se preocupar em vender ou ganhar dinheiro com a informação.

Segundo este mesmo raciocínio, os Comunicadores A e F (2020) afirmam que o jornalismo independente tem por base “exercer a liberdade de expressão”, já que facilmente é capaz de se aproximar da comunidade e “ouvir as pessoas que geralmente não são ouvidas pelos convencionais meios de comunicação”, abordando temas sob uma “perspectiva crítica e autônoma”.

Com base nessas ponderações, as iniciativas apresentaram os seguintes valores como essenciais para uma base do jornalismo independente:

- Autonomia e liberdade editorial, senso crítico e compromisso com o interesse público;
- Defesa da cidadania e da democracia;
- Ser autônomo e combativo;
- Ser ético, ter responsabilidade social e saber ouvir as pessoas mais vulneráveis;
- Ter empatia, respeito, verdade e lealdade com seu povo.

Essas características não são tão distintas do que encontramos no jornalismo convencional, mas dá-se o foco para a preocupação social com a proximidade da prática jornalística e a comunidade. Além disso, vale destacar que a liberdade, principalmente editorial, é um valor que se sobressai em todos os campos deste estudo, sendo assim a principal diferença entre jornalismo independente e convencional, devido às relações e interações com a comunidade sem interesses financeiros por trás da notícia.

Em síntese, o próximo capítulo reunirá as principais conclusões desta monografia de modo a realizar um apanhado geral da pesquisa e sugestões de novos estudos.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde meados do século XX, o campo científico vem discutindo sobre as transformações na área da comunicação e, em especial, no campo jornalístico. O impacto das novas tecnologias, o consumo de notícias, o surgimento do jornalismo independente, impulsionou ainda mais esses estudos. Como temática principal desta monografia, o jornalismo independente é um arranjo caracterizado pelo contato da atividade jornalística com a comunidade e na oposição aos conglomerados veículos de mídia.

A priori, conhecido como imprensa alternativa, o jornalismo independente ganhou destaque no Brasil no período da ditadura militar e permaneceu firme até a década de 1980 (KUCINSKI, 2001). Contudo, em 2013 com as manifestações que percorreram o país, a comunicação e o jornalismo independente passaram por uma nova fase de destaque, principalmente pela cobertura de temas que o jornalismo convencional não tem abordado com frequência e nessa nova fase, pesquisadores como Cicilia Peruzzo, Roseli Figaro, Edgar Patrício, Dennis Oliveira, Susan Ford e outros autores voltaram o olhar para a pesquisa científica dos arranjos alternativos, englobando uma análise desde a práxis jornalística e profissional à noção de territorialidade.

Diante disso, e das diversas situações que circundam o campo jornalístico, a Agência Pública realizou em 2016 o Mapa do Jornalismo Independente, que consiste no levantamento das iniciativas de jornalismo independente presente em todas as regiões do país. Porém, verificamos a ausência de iniciativas independentes no Maranhão nesse mapa, o que gerou uma inquietação e necessidade de verificar se no estado realmente não tinha nenhuma iniciativa de jornalismo independente, de modo particular nas plataformas digitais.

Em síntese, este estudo preocupou-se em realizar um levantamento sobre as iniciativas de jornalismo independente nas plataformas digitais no Maranhão. E a partir disso, identificar a contribuição desse tipo de jornalismo nas plataformas digitais e analisar os nichos, rotina produtiva e traçar um perfil dos profissionais dessas iniciativas. Ademais, destacamos conceitos sobre o jornalismo independente, alternativo, popular e comunitário, ressaltando sua ligação com o jornalismo regional como uma imprensa próxima ao público e conectado ao local (AMARAL, 2006) sob a perspectiva da convergência jornalística no cibermeio.

Assim, esta monografia foi definida metodologicamente como uma pesquisa qualitativa de caráter investigativo exploratório, na qual, o pesquisador busca elementos importantes para o estudo no intuito de alcançar os resultados propostos nos objetivos (FIGARO, 2018). Para compor este Trabalho de Conclusão de Curso, foi realizado um levantamento bibliográfico e

documental por meio da busca de artigos, livros, dossiês sobre o tema, levantamento de dados empíricos por meio da técnica *snowball sampling* (bola de neve), observação das mídias sociais e aplicação de questionários online.

Recordando a seguir as perguntas norteadoras deste estudo, podemos concluir, de acordo com o levantamento empírico realizado e as respostas obtidas com os questionários:

**O Maranhão possui iniciativas de jornalismo independente nas plataformas digitais?** De acordo com o levantamento proposto, reunimos 13 iniciativas de jornalismo independente no estado, iniciativas autodeclaradas produtoras de jornalismo independente que diariamente encontram-se presente nas plataformas digitais disponibilizando matérias jornalísticas para a comunidade, da comunidade e sobre a comunidade local;

**Qual a contribuição desse jornalismo para a sociedade?** Com base nos estudos realizados, essas iniciativas se propõem a potencializar a voz do público e para as temáticas pouco recorrentes no jornalismo convencional, o que vem a gerar uma participação mais assídua da comunidade na prática jornalística, como por exemplo a TV Quilombo e o Coletivo Pinga Pinga, iniciativas formadas por jovens moradores que realizam jornalisticamente a produção de matérias para a comunidade local;

**Como esse jornalismo é produzido?** Uma rotina produtiva que vai ao encontro do resgate das memórias da comunidade, segue com planejamento prévio com reuniões de pautas, vai ao encontro das fontes, são inquietos com a apuração e checagem das informações;

**Quem produz um jornalismo independente?** São voluntários comunicadores e comunicadoras, alguns formados em jornalismo e que atuam em sua própria região como jornalistas a aproximadamente cinco anos e realizam múltiplas funções e atividades nas iniciativas.

Os veículos mapeadas neste estudo são autodeclarados independentes e estão presentes nas plataformas digitais como os sites de notícias, blogs e mídias sociais, Instagram, Facebook e Youtube. Além disso, utilizam o Twitter e o WhatsApp como meio de divulgação diária de informes e notícias. Essas iniciativas buscam aproximar a comunicação da comunidade e não têm ligações com partidos políticos e conglomerados veículos de comunicação, dependem exclusivamente do financiamento coletivo por meio de doações e da publicidade e anúncios nas plataformas.

Com base no perfil das iniciativas, detalhado no capítulo anterior, podemos reiterar que as iniciativas de jornalismo independente buscam suas motivações na necessidade de aprimorar e usar técnicas do jornalismo, nas frustrações com o mercado de trabalho e a vontade de exercer o papel social do jornalista, no ato de resgatar memórias por meio das ferramentas

comunicacionais, poder mostrar a realidade de quilombolas, indígenas ribeirinhos e outros grupos sem estereótipos negativos, e principalmente promover uma comunicação livre e popular, sem ser presa a uma linha editorial dos conglomerados midiáticos.

As principais temáticas presentes nas publicações dessas iniciativas são, respectivamente: cultura, temas relacionados às discussões raciais e de gênero, política, saúde, educação, entretenimento, tecnologia, segurança pública e infraestrutura. É importante destacar que geralmente, esses assuntos são disponibilizados ao público em diversos formatos como entrevistas, podcasts, rádio web, notícias e jornal *online*.

Acerca do perfil dos jornalistas e comunicadores dessas iniciativas, podemos declarar que são homens e mulheres entre 23 a 53 anos de idade que atuam na comunicação há aproximadamente cinco anos, exceto quatro dos respondentes que estão no mercado jornalístico há mais de 10 anos. Dos dez comunicadores respondentes, oito têm ensino superior completo, desses, seis são formados em jornalismo, e dois têm ensino superior incompleto, mas atuam na comunicação. São colaboradores que realizam várias funções, desde produtor a designer e pessoas responsáveis pela produção de matérias jornalísticas, além do acompanhamento das redes sociais. Geralmente, os comunicadores dessas iniciativas trabalham cerca de seis a oito horas por dia, em alguns casos até dez horas, e a maioria não possui nenhum tipo de renda proveniente da iniciativa, o trabalho é unicamente voluntário. Há ressalvas para duas das dez iniciativas respondentes, em que os profissionais informaram uma renda que varia entre meio salário mínimo a R\$ 3.000.

Por último, esses comunicadores buscam contribuir com a democratização da comunicação, aperfeiçoar as práticas jornalísticas, colaborar para uma comunicação colaborativa e digital, além de valorizar o Maranhão e dar visibilidade às comunidades e temas pouco trabalhados na grande mídia.

Neste caso, podemos afirmar que os objetivos deste estudo foram alcançados e as perguntas respondidas. Verificamos a presença do jornalismo alternativo nas plataformas digitais no Maranhão a partir de um levantamento, identificar o perfil dos jornalistas e de quem produz material jornalístico nas iniciativas independentes e observamos a produção jornalística e as principais temáticas das matérias, além de distinguir as diferenças entre jornalismo convencional, alternativo, popular e comunitário.

Portanto, esta é uma pesquisa importante para região e para o campo jornalístico, tendo em vista os poucos estudos sobre o tema e a ausência de um levantamento sistemático e dedicado exclusivamente às iniciativas autodeclaradas independentes do estado. Além disso, esse estudo vem a contribuir para o mapeamento dos desertos de notícias, projeto realizado pelo

Atlas da Notícia, e servirá de base para outros estudos proporcionando visibilidade à comunicação e estudos regionais.

Vale ressaltar que este estudo está suscetível a melhorias e novos olhares de estudiosos de mídias sociais e práticas jornalísticas. À vista disso, deixamos como sugestão para estudos futuros, uma análise a partir da coleta de dados dos conteúdos publicados, a fim de verificar o engajamento e a relação de interação entre a iniciativa e o público. Ademais, é viável realizar uma etnografia além do campo virtual, para checar de perto a rotina produtiva de algumas iniciativas. Pode ser feito um estudo comparativo entre as iniciativas de jornalismo independentes nas capitais nordestinas e também uma análise de discurso diante das publicações de maior engajamento. Enfim, se tem uma infinidade de técnicas de pesquisa e estratégias que podem ser adotadas para conduzir os estudos sobre jornalismo independente, alternativo e popular, a fim de aprofundar a cada dia a pesquisa científica nesse arranjo jornalístico. Desse modo, essas sugestões podem contribuir para melhor compreendermos o jornalismo independente em seus diversos eixos e assim alcançar novas informações que possam atualizar as noções sobre o jornalismo alternativo, popular e comunitário, principalmente, no espaço *online*.

## REFERÊNCIAS

- ABREU, A. A. de. **A modernização da imprensa (1970 – 2000)**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- AMARAL, M. F. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- ANDRADE, S. A mídia alternativa dos coletivos de comunicação. **Revista Eptic**, Sergipe, v. 22, n. 2, p. 06-22, maio/ago. 2020. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/12009>>. Acesso em: 23 de out. 2020.
- APUBLICA. **Mapa do jornalismo independente**. Disponível em: <<https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.
- ATTON, C. **Alternative media**. London: Sage Publications, 2002.
- BABBIE, E. **Métodos de Pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2001.
- BALDIN, N.; MUNHOZ, E. *Snowball* (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO-EDUCERE, 10., 2011, Curitiba. **Anais eletrônicos...** Curitiba: [S.l.], 2011. Disponível em: <[https://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4398\\_2342.pdf](https://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4398_2342.pdf)>. Acesso em: 01 de abr. 2020.
- BARROS, J. F. **O blog jornalístico regional: um estudo de caso sobre o processo de regionalização midiática nas cidades maranhenses de São Luís e Imperatriz**. 2020. 130 f. Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2020.
- BATISTA, R.; PATRÍCIO, E. Elementos de identidade jornalística em autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 15., 2017, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: [s.n.], 2017. p. 1-16. Disponível em: <[http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/49067/1/2017\\_eve\\_epalmeidafilho.pdf](http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/49067/1/2017_eve_epalmeidafilho.pdf)>. Acesso em: 16 de jun. 2020.
- BAVARESCO, M. E.; LOCATELLI, C. A. As identidades acionadas no jornalismo a partir da dicotomia entre proximidade e afastamento. **Contracampo**, Niterói, v. 38, n. 3, p. 110-129, dez./mar. 2019. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/28523>>. Acesso em: 13 de nov. de 2020
- BERNARDES, C. R. **Jornal independente Nexo e as minorias: uma análise discursiva sobre pautas de caráter social**. 2018. 80f. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Educação, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/23613>>. Acesso em 19 out. 2020.
- BRITO, N. C. R. de. **Panorama do radiojornalismo nas emissoras radiofônicas do sul do maranhão - mapeamento, rotinas produtivas e produtos jornalísticos**. 2017. 360 f. Dissertação (Mestrado em Processos Jornalísticos) - UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA, Ponta Grossa, 2017.
- BRONOSKY, M. E.; SANTOS, L. J. dos. A problemática da crítica no jornalismo independente. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Santa Catarina, v. 16, n.1, p. 1-12, jan./jun.

2019. Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n1p145>>. Acesso em: 19 de out. 2020.

BUENO, T. C.; BARROS, J. F. Blogando das barracas do rio Tocantins: uma proposta de mapeamento da blogosfera imperatrizense. In: PALÁCIOS, Marcos; MARTINS, Elaide. (Org.) **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo: Aplicações**. 1ed.Portugal: LabCom, 2016, v. 2, p. 547-564.

CAPOBIANCO, J.; KÜNSH, D. Mídias Digitais Independntes: percurso metodológicos de uma pesquisa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42., 2019, Belém. **Anais eletrônicos...** Belém: [S.l.], 2019. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0733-1.pdf>>. Acesso em: 03 de dez. 2020.

CARLOMAGNO, M. C. Conduzindo pesquisas com questionários online: uma introdução às questões metodológicas. In: SILVA, T.; BUCKSTEGE, J.; ROGEDO, P. (Orgs.). **Estudando cultura e comunicação com mídias sociais**. Brasília: IBPAD, 2018.

CARLSON, M.; Lewis, S. C. **Boudaries of Jounalism: Professionalism, practices e participation**. London: Routledge, 2015.

CARVALHO, G. Jornalismo alternativo na era digital: análise de reportagens da Agência Pública. **Revista Alterjor**, [S. l.], v. 10, n. 2, p. 126-142, 2014. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/88327>>. Acesso em 18 jun. 2020.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 6 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CHRISTOFOLETTI, R. **A crise do Jornalismo tem solução?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

COELHO, T.; SOUZA, V. G. P. de.; AMORIM, T. L.; PEREIRA, L F. S. Mapeamentos iniciais do jornalismo digital independente em Mato Grosso. **Revista Alterjor**, [S. l.], v. 22, n. 2, p. 357-374, 2020. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/170074>>. Acesso em: 04 set. 2020.

CONDE, Mariana Guedes. **Temas em jornalismo digital: histórico e perspectivas**. 1. ed. Curitiba: InterSaberes, 2018.

COSTA, R. R. da.; SILVA, N. R. da; ARAÚJO, M. C. B. de.; LIMA, R. C. B. de. **Arranjos alternativos de trabalho em jornalismo no Ceará: relações de comunicação e condições de trabalho**. Fortaleza: PRAXISJOR-UFC, 2020. Disponível em: <<http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/54543>>. Acesso em: 20 out. 2020.

DE OLIVEIRA, D. Breves reflexões sobre jornalismo alternativo. **Revista Alterjor**, [S. l.], v. 20, n. 2, p. 02-04, 2019. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/159938>>. Acesso em: 13 out. 2020.

DOMINGO, D; LE CAM, F. Journalism beyond the boundaries: The collective construction of news narratives. In: Carlson, M; Lewis, S. C. (Orgs.) **Boudaries of Jounalism: Professionalism, practices e participation**. London: Routledge, 2015. Disponível em: < <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-01326929/>>. Acesso em: 15 de set. 2020.

DORNELLES, B. Características do jornalismo impresso local e suas interfaces com jornais comunitários. **Contracampo**, Niterói, n. 14, p. 163-178, jan. 2006. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17422>>. Acesso em: 13 de nov. 2020.

\_\_\_\_\_. Divergências conceituais em torno da comunicação popular e comunitária na América Latina. **E-Compós**, v. 9, p. 1-18, ago. 2007. Disponível em: <<https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/176/177>>. Acesso em: 23 out. 2020.

FIGARO, R. **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA-USP, 2018.

\_\_\_\_\_; NONATO, C.; FELÍCIO FILHO, F. Relações de comunicação em novos arranjos alternativos e modelos de produção da notícia. **Líbero**, [S.l.], n. 41, jan./jul. 2018. Disponível em: <<http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/956/965>>. Acesso em: 20 de out. 2020.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. KINOSHITA, J. Jornalistas em arranjos econômicos independentes de corporações de mídia: métodos e análises iniciais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. **Anais eletrônicos...** Curitiba: [S.l.], 2017. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0420-1.pdf>>. Acesso em 18 jun. 2020.

FILHO, J. T. O. Proximidade no telejornalismo local e regional: uma proposta de sistematização. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, Rio Grande do Sul, v. 21, n. 2, p. 102-115, maio/ago. 2019. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2019.212.10>>. Acesso em: 13 de nov. 2020.

FORDE, S. **Challenging the news: The journalism of alternative and community media**. London, UK: Palgrave Macmillan, 2011. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/303767495>>. Acesso em: 07 mai. 2020.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FREITAS, V. B. **O papel social do jornalismo comunitário: um estudo do Jornal Cantareira**. 2006. 53f. Monografia (Graduação em Comunicação Social) - Centro Universitário Nove de Julho (UNINOVE), São Paulo, 2006.

GASQUE, K. C. G. D. Teoria fundamentada: nova perspectiva à pesquisa exploratória. In: MUELLER, S. P. M. (Org.). **Métodos para a pesquisa em Ciência da Informação**. Brasília: Thesaurus, 2007. p. 83-118.

GIOVANCARLI, L. Jornalismo comunitário, políticas públicas e desafios contemporâneos. **Revista Extraprensa**, [S. l.], v. 10, n. 1, p. 49-62, 2016. DOI: 10.11606/extraprensa2016.108192. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/108192>>. Acesso em: 13 out. 2020.

GOMES, W. Por que a comunicação é tão importante quando se pensa a democracia? In: MENDONÇA, R. F.; CUNHA, E. S. M. (Orgs.). **Introdução à teoria democrática: conceitos, histórias, instituições e questões transversais**. Belo Horizonte: UFMG, 2018. 372 p.

GUAZINA, L.; BRASIL, L.; OLIVEIRA, A. Entre valores do passado e do futuro: percepções sobre jornalismo e política nas narrativas de jornalistas-blogueiros. **Compolítica**, v. 5, n. 1, p. 7-30, set. 2015. Disponível em: < <http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/3172>>. Acesso em: 03 de dez. 2020.

HESS, K. Breaking Boundaries: Recasting the “local” newspaper as “geo-social” news in a digital landscape. **Digital Journalism**, [S.l.], v. 1, p. 48-63, nov. 2012. Disponível em: < <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2012.714933>>. Acesso em: 28 de out. 2020.

\_\_\_\_\_; WALLER, L. Geo-Social Journalism: Reorienting the study of small commercial newspapers in a digital environment. **Journalism Practice**, [S.l.], v. 8, p. 121-136, nov. 2013. Disponível em: < <https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1080/17512786.2013.859825?scroll=top&needAccess=true>>. Acesso em: 28 de out. 2020.

JENKINS, H. Cultura da Convergência. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009

KUNCINSKI, B. **Jornalistas e revolucionários nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo: Scritta, 1991.

LAGE, N. Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas. **Pauta Geral – Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, v. 1, n.1, p. 20-25, dez. 2013. Disponível em: < <https://revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/6080>>. Acesso em: 26 de nov. 2020.

MAGALHÃES, E.; ALBUQUERQUE, A. A Blogosfera Progressista e a releitura do modelo de jornalismo independente no Brasil. In: NAPOLITANO, J. C.; VICENTE, M. M.; SOARES, M. C. (Orgs.). **Comunicação e cidadania política**. 1. ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2017.

MENDES, S. L. da S. A imprensa alternativa durante a ditadura militar no Brasil (1964-1984): um olhar historiográfico. **Contraponto – Revista Eletrônica de História**, Teresina, v. 1, n. 1, p. 1-18, jun. 2011. Disponível em: < <https://revistas.ufpi.br/index.php/contraponto/article/view/3714>>. Acesso em: 03 de dez. 2020.

MICHEL, M. de O.; MICHEL, J. de O.; **Comunicação Comunitária e Cidadania: Resgate da cultura e construção da identidade**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, [S.d.]. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/michel-margareth-jerusa-comunicacao-comunitaria-cidadania.pdf>>. Acesso em: 11 jun. 2020.

MUNIZ JR. J. de S. Os sentidos sociais da produção cultural independente: usos e abusos de uma noção instável. **Parágrafo**, São Paulo, v. 4, n.1, p. 107-117, jan./jun. 2016. Disponível em: < <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/366>>. Acesso em: 18 de jun. 2020.

PATRÍCIO, E.; BATISTA, R. Elementos de identidade em iniciativas de jornalismo independente. **Revista Extraprensa**, [S. l.], v. 13, n. 2, p. 217-231, 2020. DOI: 10.11606/extraprensa2020.153326. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/153326>. Acesso em: 03 dez. 2020.

PATRÍCIO, E.; SILVA, N. R. da. Territorialidade e ethos em iniciativas de jornalismo independente do Nordeste. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 16., 2018, São Paulo. **Anais eletrônicos....** São Paulo: [s.n.], 2018. p. 1-16.

Disponível em: < <https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/4851/808>>. Acesso em: 07 de nov. 2020.

PATTON, M. Q. **Qualitative evaluation and research methods**. 3.ed. London: Sage, 2002.

PERUZZO, C. M. K. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 17, p. 131-146, jun. 2009. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2108>>. Acesso em: 11 de jul. 2020.

\_\_\_\_\_. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaboraões no setor. **Palavra Chave**, Bogotá, v. 11, n. 2, p. 367-379, dez. 2008. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64911214>>. Acesso em: 26 de out. 2020.

\_\_\_\_\_. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendência. **Comunicação&Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 26, n. 43, p. 67-84, jan./jun. 2005. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/8637/6170>>. Acesso em: 13 de nov. 2020.

\_\_\_\_\_. Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., Brasília: [S.l.], 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>>. Acesso em: 18 de nov. 2020.

PISMEL, M. L. Imprensa alternativa e neopentecostalismo: estratégias para um momento de crise política. In: NAVARRO, L. P. da S. (Org.). **Bibliografia história da mídia e da imprensa**. Ponta Grossa: Atena Editora, 2019. p. 192-201. Disponível em: <<https://www.atenaeditora.com.br/arquivos/ebooks/bibliografia-historia-da-midia-e-da-imprensa>>. Acesso em: 03 de dez. 2020.

POSSEBON, A. Comunicação alternativa: uma reflexão sobre o jornalismo para além da grande mídia. **Revista Alterjor**, São Paulo, v. 2, n.4, p. 1-15, jul./dez. 2011. Disponível em: <<http://www.usp.br/alterjor/ojs/index.php/alterjor/article/download/aj4-a2/59>>. Acesso em: 14 de set. 2020.

PROJOR (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo). **Atlas da Notícia** [on-line]. São Paulo: 2019. Disponível em: <<https://www.atlas.jor.br/>>. Acesso em: 15 de jun. 2020.

RAMOS, D. O.; SPINELLI, E. M. Iniciativas de Jornalismo Independente no Brasil e Argentina. **Revista Extraprensa**, [S. l.], v. 9, n. 1, p. 114-123, 2015. DOI: 10.11606/extraprensa2015.104463. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/epx17-a09>>. Acesso em: 22 de jun. 2020.

REINO, L. S. A. A rastreabilidade como característica do ciberjornalismo. In: MARTINS, G. L.; REINO, L. S. A.; BUENO, T. (Orgs.). **Performance em Ciberjornalismo, tecnologia, inovação e eficiência**. Campo Grande: ed. UFMS, 2017. p. 183-194.

REIS, M. Comunicar, resistir: um olhar sobre as práticas discursivas em rede do jornalismo independente no Brasil. **Vozes e Diálogo**, Itajaí, v. 16, n. 1, p. 193-204, jan./jun. 2017.

Disponível em: < <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/9455/5791>>. Acesso em: 21 de out. 2020.

REIS, T. A. **A cultura nos diários maranhenses: uma análise editorial dos jornais o estado do maranhão, O Imparcial, Pequeno e O Progresso.** 2017. 145 f. Dissertação (Mestrado em Processos Jornalísticos) - UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA, Ponta Grossa, 2017. Disponível em: <<http://tede2.uepg.br/jspui/handle/prefix/58>>. Acesso em: 23 de dez. 2020.

RÜDIGER, F. **As teorias da Cibercultura: perspectivas, questões e autores.** 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

SBARDELOTTO, M. **DO PAPEL AOS BITS As alternativas do jornalismo independente contemporâneo.** 2006. 65f. Monografia (Graduação em Comunicação) – Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006. Disponível em: < <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/16266>>. Acesso em: 18 de jun. 2020.

SCHOENHERR, R.; GADINI, S. L. Estratégias regionais de produção jornalística: uma proposta ao estudo de casos de mídia impressa no Paraná. **Revista Eptic**, Sergipe, v.18, n. 3, p. 51-62, set./dez. 2016. Disponível em: < <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/5802>>. Acesso em: 13 de no. 2020.

SPARREMBERGER, F. Jornal regional em contexto de midiatização: a aproximação com o leitor em momento de mudança editorial. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MIDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 2., 2018, Rio Grande do Sul. **Anais eletrônicos...** Rio Grande do Sul: [S.l.], 2018. Disponível em: <<https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-resumos/article/view/801>>. Acesso em: 28 de out. 2020.

TARGINO, M. das G. **Jornalismo cidadão: informa ou deforma?** Brasília: IBCT: UNESCO, 2009. Disponível em: < <https://livroaberto.ibict.br/bitstream/1/792/1/Jornalismo%20cidad%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 22 de jun. 2020.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são.** 2.ed. Florianópolis: Insular, 2005.

VOLPATO, A. N.; RUIZ, G. P. Comunicação popular e comunitária como alternativa à imprensa londrinense: um estudo de caso da ocupação Flores do Campo. **Revista Alterjor**, [S. l.], v. 22, n. 2, p. 66-83, jul. 2020. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/166422>>. Acesso em: 04 set. 2020.

VOLPATO, M. de O. Comunicação comunitária: Trajetórias e inovações. **Revista UNINTER de Comunicação**, v. 2, n.3, p. 217-232, jul./dez. 2014. Disponível em: < <https://www.uninter.com/revistacomunicacao/index.php/revistacomunicacao/article/view/555>>. Acesso em: 18 de jun. 2020.

## **APÊNDICE A – ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO ONLINE**

O formulário e planilha com as perguntas e respostas do questionário online podem ser visualizados por meio do link <https://bit.ly/3IJDTc> .