

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

Elisangela Colodeti

**“Jornalismo alternativo para o século
XXI: um estudo sobre os sites *Agência
Pública e Ponte*”**

**Belo Horizonte
2016**

Elisangela Colodeti

**“Jornalismo alternativo para o século
XXI: um estudo sobre os sites *Agência
Pública e Ponte*”**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Márcio Serelle

Área de concentração: Interações Midiáticas

Linha de pesquisa: Linguagem e mediação
sociotécnica

**Belo Horizonte
2016**

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Colodeti, Elisangela

C718j “Jornalismo alternativo para o século XXI: um estudo sobre os sites Agência Pública e Ponte”/ Elisangela Colodeti. Belo Horizonte, 2016.
119 f. : il.

Orientador: Márcio Serelle

Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social.

1. Jornalismo - Aspectos sociais. 2. Mídia alternativa. 3. Internet. 4. Tecnologia da informação. 5. Interesse público. I. Serelle, Márcio. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. III. Título.

SIB PUC MINAS

CDU: 070

Elisangela Colodeti

“Jornalismo alternativo para o século XXI: um estudo sobre os sites *Agência Pública* e *Ponte*”

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

**Márcio Serelle
(PUC MINAS)**

**Teresinha Maria C. Cruz Pires
(PUC MINAS)**

**Elton Antunes
(UFMG)**

Belo Horizonte, 06 de abril de 2016

*A todos os jornalistas que, trabalhando pelo centro
ou pelas bordas do sistema, não desistem da luta
por um mundo mais justo. Especialmente dedicado
aos meus amigos de faculdade (FACOM 2000).
Em memória de Fernando Rocha e Renato Soares.*

AGRADECIMENTOS

A todo o corpo docente do PPG-COM da PUC Minas, e aos amigos de mestrado, especialmente à Paula, ao Marcão, ao Marcelo e à Sandra, pelas portas abertas.

À Isana, pela prontidão de sempre.

Ao meu caro orientador Márcio Serelle, por dividir comigo, de modo tão amável e paciente, um pouco dos seus conhecimentos e por estar sempre presente, independentemente das distâncias.

Aos professores Elton Antunes e Terezinha Maria C. Cruz Pires, pela generosa participação na banca de qualificação, com considerações tão importantes e pontuais, principalmente no que se refere à questão do interesse público do jornalismo.

Aos profissionais da Agência Pública e da Ponte por nos apresentar tão belo trabalho realizado.

Aos amigos da TV Globo, em especial ao Clécio Vargas, ao Renê Astigarraga e ao Marcelo Matte, pelos anos de ensinamento sobre o fazer jornalístico televisivo tradicional e pela compreensão e apoio durante o desenvolvimento dessa pesquisa.

Aos colegas do “Mídia e Narrativa”, pelos horizontes abertos.

Ao meu sogro e professor Euclides Guimarães, o Kika, por me ajudar desde o início, com “pitacos” muito relevantes.

À professora e amiga Glória Gomide, por me ouvir e me incentivar.

À minha irmã, Elizabeth Colodeti, por patrocinar boa parte dos meus estudos ao longo da vida.

À minha sogra Elen Braga, companheiríssima, pelos cafés, pela sonequinha de tarde, por me ouvir e me apoiar sempre, com tudo.

À vovó Bia, pelo incentivo e pela ajuda com o Gael.

À minha mãe amada, Nila Magri, por ter deixado a sua casa para se dedicar ao Gael e por cuidar da minha família, na reta final deste trabalho.

À conselheira Silvânia Lima Líbero, por me mostrar que a guerra não me levaria muito longe.

Aos meus amigos do peito, Maíra Lemos e Rod Vaz, e à minha sobrinha Karina Rodrigues da Fonseca, por me escutarem com tanto carinho.

Agradeço especialmente à minha família, que cresce. Ao Zé, meu marido, por ser a inspiração que me lança e o porto seguro que me acolhe. Ao meu filho Gael, amor infinito, por acompanhar este trabalho como um anjo, de dentro e de fora da barriga. Ao Josife, por, em sua sabedoria canina, interromper insistentemente meus estudos em favor de passeios que, mesmo a contragosto, me ajudaram a espalhar e encontrar novas ideias.

RESUMO

Na condição de polifonia em que as mídias se encontram hoje, relações econômicas, sociais, culturais e tecnológicas complexas convidam o jornalismo tradicional a uma reconfiguração de seus processos produtivos e epistemológicos. Nosso trabalho pretende mostrar por que esses quatro eixos, considerados por nós como vetores de tensão, atravessam o fazer clássico e levam a questionamentos sobre alguns de seus principais alicerces. Além de entender o quadro de mudanças pelo qual o fazer jornalístico tradicional estaria passando na contemporaneidade, nossa dissertação procura discutir, através de um olhar histórico, como algumas esferas de produção noticiosa têm buscado atuar como contraponto ao modelo considerado hegemônico e qual a importância desse movimento que se constituiu partir de um lugar intrínseco ao campo.

Os sites brasileiros *Agência Pública* e *Ponte* formam o *corpus* desta pesquisa, no caminho de verificação sobre os modos e colocações dos veículos alternativos em meio *online*, no século XXI, no país.

Palavras chave: jornalismo tradicional; jornalismo alternativo; internet; interesse público.

ABSTRACT

In the polyphonic condition in which the media are today, complex economic, social, cultural and technological relations call upon traditional journalism to a reconfiguration of its production and epistemological processes. This work aims to show why these four axes, regarded here as tension vectors, intercept the classic praxis and lead to questions about some of its main foundations. In addition to understanding the context of the changes through which traditional journalism might be experiencing in contemporary times, this dissertation seeks to discuss, through a historical look, how some news production spheres have sought to act as a counterpoint to the considered hegemonic model and the importance of the movement that is formed from a place intrinsic to the field.

The Brazilian websites *Agência Pública* and *Ponte* form the *corpus* of this research, towards the verification of ways and positioning of alternative online media vehicles, in the 21st century, in this country.

Keywords: traditional journalism; alternative journalism; Internet; public interest.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Logotipo da <i>Agência Pública</i>	76
Figura 2 – Site da <i>Agência Pública</i>	76
Figura 3 – Logotipo da <i>Ponte</i>	79
Figura 4 – Site da <i>Ponte</i>	79
Figura 5 – Lista de apoiadores da <i>Ponte</i>	95
Figura 6 – Trecho inicial da reportagem “Os jagunços cercam os guaranis”. ...	99
Figura 7 – Gráfico sobre o emprego do dinheiro arrecadado	107

SUMÁRIO

CAP. 1 – INTRODUÇÃO	11
 CAP. 2 – IMPASSES NO JORNALISMO DO SÉCULO XXI	17
2.1 Narrativas de crise e de transformação.....	17
2.2 O “paradigma clássico” do jornalismo: um olhar histórico	22
2.3 A crise do paradigma clássico do jornalismo: vetores de tensão	25
2.3.1 O vetor tecnológico: consumo e produção	27
2.3.2 O vetor social: midiatização e apreensão de realidades.....	33
2.3.3 O vetor epistemológico: do positivismo à complexidade	37
2.3.4 O vetor econômico: interesse público x interesse de mercado.....	41
2.4 A interseção dos vetores	46
 CAP. 3 – JORNALISMO ALTERNATIVO COMO RESPOSTA E RESISTÊNCIA.....	49
3.2 Aspectos conceituais e históricos do jornalismo alternativo	50
3.3 Questões do jornalismo alternativo na contemporaneidade.....	58
 CAP. 4 – JORNALISMO ALTERNATIVO DIGITAL CONTEMPORÂNEO	71
4.1 Configurações produtivas e epistemológicas	71
4.2 A proposta de jornalismo alternativo da <i>Agência Pública (AP)</i> e da <i>Ponte</i>	73
4.2.1 <i>Agência Pública (AP)</i>	74
4.2.2 <i>Ponte</i>	77
4.3 O interesse público da <i>Agência Pública</i> e da <i>Ponte</i>	79
4.4 O fazer jornalístico alternativo na <i>Agência Pública</i> na <i>Ponte</i> : estudos de caso.....	82
4.4.1 A pauta	84
4.4.2 A interatividade.....	90

4.4.3 Os modelos narrativos..	96
4.4.4 O financiamento.....	104
CAP. 5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	109
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	115

1 – INTRODUÇÃO

Esta dissertação pode ser lida como a busca de uma jornalista por um pouco de entendimento a respeito de determinada crise paradigmática pela qual o seu campo estaria passando. Ao longo de dez anos de trabalho, tornaram-se comuns, nas redações, olhares aflitos e queixas de profissionais absorvidos por pressões comerciais, temerosos pelos ganhos das empresas que garantem seus salários e envolvidos numa produção noticiosa que, por vezes, se mistura ao entretenimento e à publicidade.

O jornalismo estaria perdendo, nesse sentido, o seu valor moral fundador, em que o interesse público nortearia o seu fazer, ou estaria, naturalmente, adaptando-se a uma sociedade complexa e midiaticizada? Que desafios se impõem a ele na contemporaneidade? Como a atividade é hoje apreendida pelo público? Qual é a importância do jornalista numa época em que os receptores de notícias se transformaram em produtores de conteúdo?

Ao lado dessas questões, algumas propostas de fazer jornalístico fora do *mainstream* já nos chamavam a atenção enquanto resposta ao modelo dominante. Que tipo de remodelação conceitual, prática e também epistemológica esses projetos sugerem? Como eles se sustentam? Perguntas como essas, tão amplas, formavam nosso novelo de indagações iniciais. Foram necessários muitos estudos e discussões para encontrar a ponta por onde poderíamos começar a tecer nosso trabalho. Como a esfera da tecnologia ocupa um lugar central na configuração atual do campo, a internet foi considerada por nós como espaço primordial de estudos a esse respeito. Nesse caminho, os trabalhos de jornalismo alternativo dos sites *Agência Pública* e *Ponte* se tornaram nossos objetos empíricos.

A *Agência Pública* foi fundada em 2011, por pessoas que desejavam apostar num modelo de jornalismo sem fins lucrativos e livre de verbas governamentais ou publicitárias. O grupo é considerado, hoje, um dos mais respeitados em sua proposta, trazendo como missão a produção de reportagens sobre grandes questões do país, de interesse público, com o objetivo de colaborar com o fortalecimento do direito à informação, do debate democrático e da promoção dos direitos humanos. Já o coletivo *Ponte*, que também defende

o jornalismo independente, apresenta-se com ênfase em seu compromisso com a defesa dos direitos humanos. Fundado em 2014, por um grupo de jornalistas interessados em aprimorar o debate nacional sobre os temas segurança pública, justiça e direitos humanos, conta hoje com 17 participantes, entre fundadores, autores e colaboradores.

A princípio, nosso esforço se concentrou sobre a condição do jornalismo tal qual nós o conhecemos hoje. Nosso objetivo passou a ser o de entender o quadro de mudanças pelo qual o fazer jornalístico estaria passando, na contemporaneidade. Não foi preciso muito tempo para entendermos que, antes de qualquer incursão por esse caminho, seria necessário retomar aspectos históricos do campo.

De forma bastante breve, podemos dizer que, a partir do século XIX, com o desenvolvimento tecnológico, os jornais deixaram de privilegiar a luta política e a escrita opinativa e passaram ao papel de fornecedores de informação (baseada em fatos), com finalidade democrática. Com a possibilidade de produção e de venda cada vez maiores, tornaram-se independentes em relação aos subsídios políticos e passaram, gradativamente, ao estatuto de empresas lucrativas. Além disso, ao mesmo tempo em que os grupos responsáveis pela produção noticiosa começavam a reivindicar o monopólio desse saber, os ideais positivistas de produção de conhecimento reinavam em outras esferas intelectuais. O modelo positivista, cuja ideia central é a de extrair resultados, segundo o dogma geral da invariabilidade das leis naturais, passou então a nortear o fazer jornalístico. Pode-se dizer que essa moldura ideológica, fixada no jornalismo séculos atrás, transformou-se numa série de dogmas que conduzem até hoje a sua operação simbólica tradicional. Ao mesmo tempo, sua herança enquanto modelo de negócios também foi, mesmo que em parte, responsável pela configuração mercadológica que encontramos atualmente.

Diante de questões históricas como essas e de outras, não menos importantes, que são desenvolvidas já nas primeiras páginas do próximo capítulo, nos sentimos confiantes para iniciar nossas análises sobre a situação contemporânea. Para aprofundar nossos estudos sobre a crise pela qual o paradigma clássico do jornalismo estaria passando na atualidade, decidimos,

então, separar em tópicos o que nós consideramos como vetores de tensão que atuariam sobre a prática no presente. Foi a partir da leitura de autores como Philip Meyer (2007), Jay Rosen (2006), Fred Ritchin (2013), Nelson Traquina (2005), Cremilda Medina (2008), José Luiz Braga (2006), Muniz Sodré (2006), Martín-Barbero (2009) e Fausto Neto (2011), dentre outros, que chegamos a essa ideia, que se definiu como uma escolha de percurso de análise. Os vetores, que se conjugam de forma complexa e não hierarquicamente são, desse modo, divididos em 4 eixos: epistemológico, econômico, social e tecnológico.

Sobre esses vetores, de modo introdutório, podemos dizer, primeiramente, que a base positivista do jornalismo tradicional, ou seja, as suas características produtivas marcadas por esse rigor analítico, estejam sendo questionadas frente a novas compreensões científicas, menos rígidas e cartesianas. Trata-se de uma forte crítica sobre um fazer jornalístico que continua operando, no século XXI, conforme a visão de Comte, que remonta ao século XIX. Em segundo lugar, a sua configuração mercadológica, a dependência do capital de grupos, indústrias, empresas e governo, tornou questionável o desprendimento da imprensa com relação a seus financiadores, tencionando alguns dos conceitos caros ao seu paradigma clássico, como os ideais de objetividade e imparcialidade. Um terceiro ponto diz respeito a aspectos sociais e tecnológicos que revolucionaram a relação dos leitores/espectadores com a notícia. Uma vez que a internet possibilitou novas formas de acesso e distribuição de conteúdo, essas pessoas ganharam mais autonomia analítica e produtiva. Essa vivência midiaticizada possibilita novas formas de reconhecimento da realidade e desafia o universo jornalístico tradicional, que perde, gradativamente, a sua centralidade.

Se, na condição de polifonia em que as mídias se encontram hoje, as relações econômicas, sociais, culturais e tecnológicas possibilitam a expansão de protocolos de comunicação, trazem um modo complexificado de prismatização do real e permitem novas formas de construção de sentidos (que convidam o jornalismo tradicional a uma reconfiguração de processos informativos e epistemológicos), quais seriam os movimentos existentes de resposta a essa situação hoje?

A partir dessa pergunta é que chegamos à questão do jornalismo alternativo que, como parte das práticas jornalísticas que se afirmaram na modernidade, apresenta-se como um contraponto ao modelo dominante, numa remodelação conceitual, prática e também paradigmática do fazer hegemônico. Da mesma forma como no caso do jornalismo tradicional, tornou-se imprescindível uma análise do seu percurso histórico, antes de partirmos para nossos estudos sobre o jornalismo alternativo na contemporaneidade.

Descobrimos, no exame de autores como John D.H. Downing (2002), Máximo Grinberg (1987), Cecília Peruzzo (2009), Bernardo Kucinski (1991), Ana Luiza Martins (2008) e Tania Regina de Luca (2008) que, de fato, a ideia de jornalismo alternativo não se constitui como novidade. Ao longo da história do campo, sempre existiram movimentos de contestação, oposição ou mesmo modulação das práticas dominantes, análogos ao que vemos atualmente, numa trajetória espiralar, que detalhamos no capítulo 3 deste trabalho.

Encontramos nos estudos de Atton e Hamilton (2008) nossa maior fonte de informações a respeito do jornalismo alternativo na contemporaneidade. A partir de seus trabalhos, percebemos que esse fazer, hoje, mantém essa característica histórica, essa marca essencial de insatisfação quanto à produção tradicional e à epistemologia da construção da notícia. Hoje, pelo que verificamos, e de modo geral, o jornalismo alternativo se coloca como aquele que critica e modula, entre outras coisas, as convenções de fontes de notícias; os modos de representação; as regras e contratos estilísticos dos modelos narrativos; a economia hierárquica e capitalizada do jornalismo comercial e o papel subordinado do público. Em consonância com esse nosso contexto, a internet se coloca como espaço elementar dessa experiência.

Entendemos, diante de nossos estudos, que o jornalismo alternativo parecia responder àqueles vetores de tensão do modelo dominante que elencamos anteriormente, confrontando a estrutura midiática monopolizada, como mais uma atividade mercantil e buscando apresentar novas possibilidades interativas e narrativas. Nesse momento, se tornou clara para nós a necessidade

de seguir adiante, testando todas essas falas no universo prático. Seria preciso buscar nos projetos de jornalismo alternativo contemporâneo a verificação de nossas colocações teóricas, a fim de compreender suas propostas e viabilidade.

Nossos objetos empíricos, escolhidos entre outros pesquisados (como os sites *Diário do Centro do Mundo*, *Nexo Jornal*, *Fluxo Jornalismo* e *Brio*), revelaram-se, assim, lugares privilegiados para se pensar e se desafiar os aspectos conceituais dos capítulos iniciais. Deles emergiu uma questão de essencial importância para nossa trajetória de pesquisa: a ideia de interesse público, que aparecia como norteadora tanto do fazer hegemônico quanto do alternativo. Diante desse aparente contrassenso, continuamos nossa caminhada. Como o jornalismo alternativo poderia se colocar como contraface daquilo que se afirma como o hegemônico, reivindicando, em seu eixo central, exatamente a ideia base e legitimadora do jornalismo tradicional? Essa questão passou a guiar nossa análise e nosso estudo de caso.

Como não se trata de um método fechado, nosso modelo de apreensão foi desenvolvido a partir da verificação dos trabalhos realizados pelos dois sites, com base nos conceitos que havíamos explorado anteriormente. Partimos de um levantamento geral das produções tanto da *Agência Pública* quanto da *Ponte* e, através de quatro pontos, identificados por nós como eixos de análise (pauta, interatividade, modelos narrativos e financiamento), buscamos entender como ambos os sites realizariam a proposta de jornalismo alternativo, através da ideia central de interesse público.

As produções da *Agência Pública* e da *Ponte* de fato possibilitaram muitas constatações que nos levam a dizer que ambos os sites se enquadram, de fato, na maioria das proposições acerca do jornalismo alternativo contemporâneo que encontramos. Os dois veículos rejeitam o *modus operandi* do mercado, em favor de mais liberdade editorial, buscando financiamento independente. Suas pautas refletem a crítica à grande mídia, priorizando a defesa dos direitos humanos a partir da denúncia de violência e opressão sofridos por grupos marginalizados. Nesse caminho, os protocolos de interação criam canais mais diretos de fala, onde o público é convidado a se colocar como produtor. Além disso, ao mesmo

tempo, os modelos narrativos se mostram menos comprometidos por regras clássicas e convenções estilísticas de construção do texto.

Nesse contexto, o serviço a um ideal popular nos pareceu bastante reforçado, confirmando que o jornalismo alternativo na contemporaneidade pretende, sim, rejeitar o modelo hegemônico a partir do resgate do que há de mais elementar em seu discurso. Ao longo das próximas páginas, esperamos ter mostrado por que essa constatação nos parece clara.

2 – IMPASSES NO JORNALISMO DO SÉCULO XXI

2.1 Narrativas de crise e de transformação

Nos últimos anos, o impacto das tecnologias de informação e comunicação e, especialmente, da internet, produziu o sentimento de que o jornalismo vive uma mudança drástica. Uma modificação não só enquanto modelo de negócios, mas como instituição tradicional, importante na constituição do espaço público social. As alterações parecem tão consistentes que alguns as chamam “crise”, enfatizando um caráter grave, aflitivo e mesmo perigoso, lembrando a definição que se vê nos dicionários. Outros dirão “revolução”, ressaltando a vanguarda do abandono de ideias, sistemas e métodos tradicionais em prol de novos modelos e técnicas. Nesse contexto, emergem, de dentro do campo, propostas que se pretendem alternativas ao jornalismo hegemônico, que buscam romper com determinadas bases conceituais e reformular algumas práticas, traçando novos caminhos e respondendo de forma crítica a essas mudanças atuais.

Em *Os jornais podem desaparecer?*, Philip Meyer (2007) faz uma alerta, já na primeira frase: “O jornalismo está em apuros”. Segundo ele, o modelo de jornalismo corporativo, que outrora conquistou a opinião pública, hoje sofre a concorrência de novas mídias, mais rápidas e ágeis. Para ele, as novas mídias permitem um acesso mais rápido e barato às notícias, não sendo necessário maquinário caro que possibilite impressão ou transmissão de conteúdo via TV ou rádio. Ainda de acordo com o autor, não é preciso ser empresário, assim como não é preciso ser jornalista para transmitir notícias.

Com uma oferta tão abundante de informação, a habilidade de descobrir e transmitir a verdade tem relativamente menos valor, e a ênfase passa à capacidade de tornar o produto atraente e desejável para o consumidor final. A edição aumenta de importância em relação à reportagem. Os mais bem pagos recém-formados em faculdades de jornalismo hoje são *webslingers*, jovens capazes de criar o design e o empacotamento de interfaces para exibir a informação, além de construir os *hiperlinks* que integram todos os elementos (MEYER, 2007, p. 242).

Diante dessas preocupações, que envolvem, inclusive, o futuro da profissão, Meyer busca entender em seus trabalhos o que ele chama de

ameaças à produção noticiosa e os caminhos da sobrevivência do jornalismo na era da informação.

Os valores do jornalismo sofrem pressões de diversas fontes, não apenas das exigências de investidores com pouca visão. Se o velho jornalismo não conseguir adaptar-se, pessoas que sabem usar a nova tecnologia melhor do que os tradicionalistas – ou apenas estejam mais abertas a experimentar – começarão a nos substituir. No final, o jornalismo como um conceito distinto, formado por um conjunto próprio de habilidades e valores, corre o risco de perder sua identidade (MEYER, 2007, p. 242).

No blog “*Pressthink*”¹, o escritor e professor da Universidade de Nova York, considerado líder intelectual do movimento do jornalismo público, Jay Rosen (2006), escreveu um manifesto à mídia tradicional que ficou muito conhecido entre críticos da área. Nele, fica clara uma preocupação com a mudança de posicionamento dos leitores/espectadores de notícias e dos impactos dessa mudança na produção jornalística tradicional. Segundo ele, a virada principal hoje diz respeito a uma tomada de poder por parte da audiência que, neste momento, pode editar e escolher conteúdos de sua preferência, escrever e ser lida, produzir materiais em áudio e vídeo e ser ouvida e vista, tudo isso em escalas jamais antes imaginadas. No manifesto intitulado: *As pessoas anteriormente conhecidas como audiência*, Rosen explica:

Veja, pessoal da mídia, nós ainda estamos perfeitamente satisfeitos em ouvir nossos rádios enquanto dirigimos, em sentar passivamente na escuridão do multiplex local, em assistir TV da cama, imóveis e de olhos vidrados, e em ler silenciosamente para nós mesmos como sempre fizemos. (...) Mas, nós não vivemos mais conforme o seu relógio. (...) Nós, agora, queremos a mídia na hora em que quisermos, sem pressões, de um modo melhor do que ela é, para publicar e difundir o que achamos necessário ou, simplesmente, divertido. (ROSEN, 2006, tradução nossa)².

1 http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html

2 No original: Look, media people, we are still perfectly content to listen to our radios while driving, sit passively in the darkness of the local multiplex, watch TV while motionless and glassy-eyed in bed, and read silently to ourselves as we always have. (...) But we're not on your clock any more. (...) We graduate from wanting media when we want it, to wanting it without the filler, to wanting media to be way better than it is, to publishing and broadcasting ourselves when it meets a need or sounds like fun.

Apesar da importância desta mudança de posicionamento dos consumidores e dos impactos dessa realidade sobre a produção noticiosa tradicional, Rosen busca deixar claro, adiante, que não se trata de uma possível “morte da grande mídia”. O que acontece é um crescimento gradativo da autonomia dessas pessoas anteriormente conhecidas como audiência, além de um aumento natural da sua influência, no sentido de uma participação mais ampla e mais engajada, num mercado em constante ampliação. Jay Rosen fala, portanto, de uma realidade, onde um “equilíbrio de poderes” – e não “uma mudança total de poder” – parece se instalar.

Desse modo, ainda segundo o autor, a condição de influência exclusiva, a situação de monopólio, a capacidade de ditar a agenda dos acontecimentos, e a possibilidade de formação de alianças que limitam a competição, por exemplo, seriam qualidades perdidas pela grande mídia. Isso não significa, contudo, que o poder social e de mercado dos grupos de comunicação deixaram de ser consideráveis. Trata-se de uma mudança na balança do poder, gradativa e parcial. Questionado sobre essa questão, Jay Rosen deixa claro, em um de seus posts, a necessidade de uma inversão de esforços:

Eu gostaria que, nesse mundo das “novas mídias”, mais energia fosse gasta em serviços que realmente nos permitissem ser mais bem informados e entretidos, e menos tempo fosse perdido nessa busca por uma declaração triunfalista sobre o desaparecimento da mídia. (ROSEN, 2006, tradução nossa)³

Já os estudos do crítico e professor de fotografia da Universidade de Nova York, Fred Ritchin (2013), mostram-nos como importantes preocupações atingem de forma não menos veemente outros segmentos da produção noticiosa, como o fotojornalismo, refletindo o campo como um todo. Segundo ele, em primeiro lugar, a fotografia estaria passando por um processo de vulgarização, devido à profusão imagética promovida pela evolução tecnológica. Uma segunda questão, apresentada pelo ex-diretor de fotografia da revista do jornal *The New York Times*, é a perda da credibilidade conquistada no passado,

³ No original: I wish we in the “new media” world would spend more time focused on building services that really do allow us to be better informed and better entertained, and less time and effort issuing triumphalist declarations about the coming demise of mainstream media.

que teria se dado pela possibilidade cada vez maior de manipulação e modificação das imagens. Um terceiro e último ponto destacado por Ritchin fala do espetáculo previsível em que o fotojornalismo teria se transformado. As imagens, segundo ele, passaram a se apresentar de modo homogêneo nos jornais, marcadas por uma linguagem tradicional e repetitiva. Assim, as fotografias jornalísticas teriam perdido sua capacidade sensibilizadora, não mais surpreendendo, passando despercebidas por olhos, mentes e corações. Em

Bending the Frame, o autor destaca que “boa ou não, a era das fotografias como automaticamente críveis acabou.” (RITCHIN, 2013, p.6, tradução nossa)⁴

Neste contexto, ele ainda ressalta que as fotografias que trazem informações essenciais sobre um acontecimento atual são feitas ou distribuídas, em grande parte, por uma legião de pessoas comuns (não profissionais), dona de dispositivos técnicos cada vez mais modernos. Foram amadores que captaram os eventos mais importantes da Guerra do Iraque (2003-2001) e da Primavera árabe (2010), por exemplo.

Milhões de imagens estão disponíveis para sites de visualização e sites como youtube se tornaram uma das principais fontes de notícias em todo o mundo. Ao contrário da experiência de mídia tradicional, agora consumidores são capazes de ver o que eles querem sempre que quiserem, sem uma hierarquia de importância imposta pelas testemunhas oculares que criaram a imagem ou pelos editores. (RITCHIN, 2013, p.29, tradução nossa).⁵

Ainda seguindo a linha de pensamento de Ritchin, a subjetividade dos amadores, o envolvimento explícito com o acontecimento e a falta de um incentivo financeiro acabam por ganhar uma audiência que se simpatiza e, muitas das vezes, se identifica com as motivações desses cidadãos comuns. Deste modo, as imagens constituiriam um certo “dialeto comum” entre os produtores e os consumidores das imagens.

⁴ No original: For better or worse, the era of photos as automatically credible is over.

⁵ No original: Millions of images are available for viewing and unfiltered sites such as YouTube have become a major source of news worldwide. In contrast of the experience of traditional media, now views are able to see whatever they want whenever they want it, without a hierarchy of importance imposed by the eyewitnesses who created the imagery or by the editors.

Essas imagens constituem, em certa medida, um dialeto comum, baseado em mostrar e partilhar com os celulares - uma linguagem que é mais detalhada e orientada com menos elaboradas conforme a linguagem fotográfica formal. (RITCHIN, 2013, p.11, tradução nossa).⁶

A escolha desses três autores para explicitar o cenário sobre a crise ou a transformação pela qual passa o jornalismo hoje, deu-se no sentido de deixarmos clara essa constatação. Trata-se de autores norte-americanos que, por acompanhar o cenário de um dos primeiros países a sentir, de modo consistente, os impactos da internet sobre o jornalismo, explicitam de forma clara essa ideia de crise, hoje também tão repercutida entre nós. Philip Meyer (2007) e Jay Rosen (2006) são autores tradicionais do campo, empenhados num trabalho de reconhecimento de mudanças e de reflexão sobre a atual conjuntura vivida pelo jornalismo, à luz de alterações e movimentações anteriores (como as da década de 1970, quando o jornalismo foi intensamente modificado pela radiodifusão televisiva). O terceiro autor escolhido, Fred Ritchin (2013), revela como o apelo da interatividade afeta a atividade jornalística por diversas vias, inclusive por meio da produção e disseminação de fotografias e material audiovisual.

Temos consciência de que inúmeros outros textos e estudos poderiam nos render centenas de páginas apenas sobre os pontos de vista que compõem este quadro atual. Há, certamente, dezenas de autores relevantes e a vários deles, inclusive, ainda recorreremos ao longo deste trabalho para aprofundamento e desenvolvimento das análises que nos propomos fazer. Por ora, contudo, acreditamos ser importante ressaltar que, independentemente dos pontos de vista a serem seguidos, para entender os desafios que se impõem ao jornalismo na contemporaneidade – e inclusive as respostas a ele, por meio de um jornalismo que se reivindica como alternativo, mas que também emerge como parte do campo – é preciso rejeitar de antemão a miopia histórica, que

6 No original: These images constitute, to a certain extent, a common, diaristic dialect based on showing and sharing with cellphones - a language that is more detail-oriented and everyday, with fewer elaborately constructed attempts at the larger, synthesizing statement.

ignora o percurso como heterogêneo, irregular e naturalmente marcado por “crises”, “revoluções” ou “transformações”.

É sobre esse tema que nos debruçaremos nas próximas páginas, a fim de trazer uma visão mais ampla, que nos possibilite um melhor entendimento sobre o contexto do jornalismo nos dias de hoje. Imediatamente após esse exercício, nos dedicaremos ao aprofundamento das questões que tencionam o fazer jornalístico na atualidade e que encontram, como veremos no capítulo 3 desta dissertação, algumas propostas no jornalismo alternativo contemporâneo.

2.2 – O “paradigma clássico” do jornalismo: um olhar histórico

Segundo Peter Dahlgren (2009), a crise pela qual o jornalismo estaria passando, hoje, seria intimamente ligada a uma série de circunstâncias socioculturais contemporâneas. Leal, Jácome e Manna (2013) tratam da importância desta visada histórica. Ao questionarem se a tão afamada transformação seria mesmo do jornalismo ou se corresponderia, na verdade, aos seus modos de compreensão atuais, eles esclarecem:

Se se acentuar toda a multiplicidade que habita dentro da própria fundação de um modo tradicional de conceber o jornalismo, percebe-se que todo seu conjunto de valores é baseado em crenças (e não em “fatos”). E se alguém imprimir historicidade a essa concepção, descobre-se que a crise diagnosticada ou antecipada é sintoma de outra, que sempre existiu à sombra de compreensões de cunho ordenador e homogeneizante, sejam elas de teorias ou do próprio discurso jornalístico. Diante de um movimento constantemente errante e heterogêneo, a própria noção fundacional e estável do jornalismo deve ser problematizada. Ou seja, a tão alardeada “crise do jornalismo” parece ser menos do próprio jornalismo e mais dos seus modos de compreensão. (LEAL; JÁCOME; MANNA, 2013, p.10)

Deste modo, ainda citando Dahlgren (2009), a atual crise não seria propriamente do jornalismo de maneira geral, mas do jornalismo considerado hoje como tradicional, ou do que pode se chamar de “paradigma clássico” do jornalismo, que começou a se configurar nos últimos séculos, baseado em ideais liberais tradicionais de democracia.

Através de suas narrativas, o jornalismo clássico clama por uma apresentação precisa e imparcial da realidade que existe

independentemente de sua história e que é externa às instituições do jornalismo. Ele visa uma cidadania heterogênea que basicamente compartilha a mesma cultura pública, cujos cidadãos usam o jornalismo como um recurso para participação na política e na cultura da sociedade. Jornalismo nesse modo serve como uma força integrativa e como um fórum comum para o debate. (DAHLGREN, 2009, p. 147).

Para entender esse “paradigma clássico”, é preciso perceber, em primeiro lugar, que, ao longo da história, o jornalismo se formou e reformou e, naturalmente, durante séculos, o conceito de notícia também mudou. O jornalismo tal qual nós conhecemos hoje, nas sociedades democráticas, tem suas raízes no século XIX e está ligado à emergência de um dispositivo tecnológico. Segundo Nelson Traquina (2005), até o século XVIII, os jornais representavam, sobretudo, armas na luta política e traziam opiniões. Além de outros impulsos, políticos e econômicos, um dos importantes motores para a configuração do ideal de um jornalismo fornecedor de informação (de notícias baseadas em fatos, em vez de propaganda, baseada em opiniões) foi o desenvolvimento da imprensa, como primeiro *Mass Media*:

A vertiginosa expansão dos jornais no século XIX permitiu a criação de novos empregos neles; um número crescente de pessoas dedica-se integralmente a uma atividade que, durante as décadas do século XIX, ganhou novo objetivo – fornecer informação e não propaganda. Esse novo paradigma será a luz que viu nascer valores que ainda hoje são identificados com o jornalismo: a notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade, e uma noção de serviço. (TRAQUINA 2005, p. 34).

Com a vertiginosa expansão de produção e venda dos jornais, o jornalismo se transformou num negócio com número crescente de investidores. A independência econômica em relação aos subsídios políticos garantiu os padrões de “performance e integridade moral”, ainda conforme Traquina (2005). Pode-se dizer, então, que o desenvolvimento da imprensa esteve diretamente relacionado com a industrialização e com o desenvolvimento de uma nova forma de financiamento, a publicidade. Segundo Leonor O’Boyle (apud TRAQUINA, 2005, p. 48) esse jornalismo com um grau mínimo de estatuto social, despolitizado, e que portanto privilegia fatos em vez de opinião, só poderia aparecer quando a imprensa se transformasse numa empresa de negócios lucrativa.

Assim, os avanços da técnica tipográfica e da rapidez da transmissão de informações, a escolarização que formou leitores e cidadãos, a urbanização e a crescente conquista de direitos fundamentais e de liberdade, integram o cenário em que, no século XIX, o jornalismo pode atuar. Através da vertiginosa expansão e do consumo dos jornais que se sucedeu, tornou-se plausível a geração de empregos e a constituição de um grupo social que passaria a reivindicar o monopólio deste saber, que é o de fazer a notícia.

Como é de se pressupor, todo esse movimento nunca esteve distanciado de outras esferas, como a da produção intelectual. Também foi no século XIX que passou a reinar na filosofia, na sociologia, e em outras disciplinas – inclusive na configuração ideológica do jornalismo – o ideal positivista, que consiste, antes de tudo, em ver para prever, em extrair resultados, segundo o dogma geral da invariabilidade das leis naturais.

No caso específico do Brasil, essa influência positivista veio com mais força um pouco adiante. Num breve resumo, podemos dizer que nos anos da imprensa colonial, informação e opinião não eram vistos como conteúdos distintos (TRAQUINA, 2002). Ambos caminhavam juntos nos jornais. Até meados do século XX, o jornalismo brasileiro ainda foi marcadamente literário (SODRÉ, 1999)⁷, e cabia ao jornalista se posicionar sobre os fatos dos quais falava. Foi só a partir dos anos de 1950 que as notícias, em formato mais próximo do que conhecemos hoje, passaram a predominar. Nesse período, muitos dos escritores que produziam textos literários para os jornais brasileiros viajaram aos Estados Unidos para aprender as novas técnicas que, na América do Norte, já se tornavam regras do novo estilo de fazer jornalístico. É a partir daí que ele passa a ser marcado, também no Brasil, “pela impessoalidade, pelo distanciamento enunciativo em relação ao universo de referência” (RIBEIRO, 2003, p. 285). Atualmente, de um modo geral, acreditamos que a produção jornalística brasileira tradicional não se diferencia significativamente daquela iniciada nos anos 50, por influência do jornalismo americano. A moldura

⁷ O autor explica que a primeira fase do jornalismo no Brasil foi predominantemente política e a segunda, literária. Não houve aqui, como na Europa, uma fase político-literária.

ideológica, fixada no jornalismo, desta maneira, se transformou numa série de dogmas que conduzem até hoje à operação simbólica tradicional e espelham a concepção positivista de Auguste Comte. Segundo Cremilda Medina (2008), essa concepção se configura como um regime definitivo da razão e no qual a observação é a base do conhecimento, podendo ser observada claramente no jornalismo contemporâneo através, por exemplo, do “tom afirmativo perante fatos, da busca obsessiva pela precisão de dados, da fuga das abstrações e da delimitação de fatos determinados” (MEDINA, 2008, p. 25).

2.3 – A crise do paradigma clássico do jornalismo: vetores de tensão

A crise do “paradigma clássico” do jornalismo nos parece estar relacionada, portanto, a esse modo de ser e de fazer que conhecemos hoje. A forma de compreensão e produção clássicos estaria sendo chamada, neste momento, a uma nova contextualização ou mesmo reconfiguração, frente à atual situação de polifonia em que as mídias estão imersas. Explicando-nos melhor, podemos dizer que as relações econômicas, sociais e culturais contemporâneas, marcadas pelo desenvolvimento de novas tecnologias, possibilitam a expansão de novos protocolos de comunicação, novas formas de prismação do real e novos modos de construção de sentidos. Assim, o jornalismo tradicional é convidado a uma reconfiguração de seus processos informativos e mesmo epistemológicos, levando-se em consideração as exigências dessa sociedade complexa e midiaticizada.

Obviamente, é preciso reconhecer as imbricações e o dinamismo que caracterizam o cenário midiático contemporâneo e os consequentes desafios que se impõem a esse paradigma. Conforme Manuel Pinto (2004), são “ventos cruzados” gerados dentro e fora dele. Em meio à essa articulação, quatro vetores foram identificados por nós: tecnológico, social, epistemológico e econômico.

Assim, nossa intenção, imediatamente adiante, é a de nos aprofundar nesses vetores que acreditamos tensionar a prática jornalística na contemporaneidade uma vez que, como vimos, eles também já pesaram (dentro das configurações de cada época) sobre esse fazer ao longo de outros

momentos da história. Acreditamos que nossos objetos de estudo, os sites *Agência Pública* e *Ponte*, que se apresentam como alternativos a esse jornalismo até então dominante, atuam como resposta a esses vetores. Deste modo, antes de entrar propriamente na análise desses sites e no conceito de jornalismo alternativo (cuja própria definição já implica esse movimento de resposta), traçaremos um panorama mais profundo dessas tensões.

Sobre o vetor tecnológico, tentaremos não nos ater apenas à ideia de aplicação prática, ou de uso cotidiano de ferramentas no fazer jornalístico. Buscaremos, sim, refletir mais profundamente sobre a reconfiguração paradigmática do jornalismo, a partir das possibilidades e desafios trazidos pela tecnologia. No enfoque do jornalismo na contemporaneidade, nosso principal ponto de análise está ligado às transformações ocorridas com o advento da internet que, além de tornar o acesso à informação mais rápido e fácil, possibilitou, dentre outras mudanças, uma virada na relação dos leitores/espectadores com a notícia, uma vez que eles passaram a contar com novas formas de acesso e distribuição, além de ganhar autonomia na produção de conteúdo. Para mapear a relação dessas pessoas com a produção noticiosa, pontuaremos uma ampla pesquisa desenvolvida pelo Instituto Reuters, que analisou perfis de usuários da internet ao redor do mundo, inclusive no Brasil.

Ao falar sobre o vetor social, buscaremos trazer conceitos discutidos por importantes pesquisadores sobre o contexto contemporâneo, em que as relações sociais e o universo midiático se entrecruzam. As conexões de trabalhos como os de José Luiz Braga (2006), Muniz Sodré (2006), Martín-Barbero (2009) e Fausto Neto (2011), nos servirão, portanto, de foco para um olhar sobre o jornalismo como parte dessa vivência midiaticizada. Nossa intenção neste ponto é a de entender os reflexos dessa cultura da mídia sobre a produção, circulação e consumo de conteúdo informativo. De modo geral, nos concentraremos sobre a percepção de que a midiaticização da sociedade, por trazer uma lógica própria e, conseqüentemente, novas formas de reconhecimento da realidade, desafia o universo jornalístico, tencionando alguns

dos conceitos caros ao seu paradigma clássico, como o ideal de verdade e imparcialidade.

No caso do vetor epistemológico, nossa ênfase será na ideia de que o paradigma estruturador positivista, que de modo geral continua em vigor na produção jornalística contemporânea, encontra-se pressionado por um novo modelo de racionalidade crítico dessas leis científicas clássicas. Tentaremos mostrar as dificuldades de manutenção desse modelo baseado no rigor analítico do passado, em vistas do estabelecimento de uma nova ordem emergente, menos rígida e cartesiana. Em resumo, essa tensão que buscaremos analisar, portanto, estaria se dando no sentido de um forte questionamento epistemológico sobre um fazer jornalístico que continua operando, no século XXI, conforme a visão de Comte, que remonta ao século XIX.

Por fim, sobre o vetor econômico, nosso objetivo será analisar as tensões sofridas pelo jornalismo na atualidade, em decorrência da condição mercadológica mundial a que se vê, em grande escala, atrelado. A questão é que, diante das amarras do mercado e diante da dependência do capital de outros grupos, empresas e governo, tornou-se questionável o desprendimento da imprensa com relação aos seus financiadores. Muito do que se vê hoje como resultado dessa vinculação, é um produto híbrido que mescla publicidade, entretenimento e consumo. Neste sentido, algumas de suas atuais premissas paradigmáticas básicas, como o ideal de verdade dos fatos ou de utilidade pública, tornam-se alvo de desconfiança por parte dos leitores/espectadores, que percebem a corrosão sofrida pela profissão e perdem, gradativamente, sua confiança. Para mostrar tal situação em números, utilizaremos pesquisas como as apresentadas no Relatório Brasileiro de Mídia e pela *American Society of News Editors*.

2.3.1 – O vetor tecnológico: consumo e produção

Como sabemos, os dispositivos tecnológicos modificaram o discurso jornalístico ao longo da história. Segundo Michael Stephens, (apud TRAQUINA, 2002, p. 213), um conhecimento histórico do jornalismo ensina que, do tambor

aos satélites, a atividade foi profundamente transformada pelas inovações tecnológicas”.

São diversas as criações que movimentaram e movimentam o universo do fazer jornalístico (como, por exemplo, a prensa de Gutemberg, o telégrafo, o telefone, a máquina de escrever, o rádio e os computadores). Como não é nosso propósito, nesta dissertação, fazer um relato histórico sobre essas tecnologias e sobre seu impacto singular na confecção de notícias ao longo do tempo, pensaremos de modo mais amplo a tensão exercida pelo vetor tecnológico sobre a prática e a narrativa no jornalismo contemporâneo. Como é de se pressupor, a contribuição das inovações tecnológicas não se limita à utilização de novas ferramentas e sua aplicação prática na construção das notícias. O seu alcance é muito maior e se estende ao seu modo de produção, aos modelos de distribuição e de consumo.

Lembrando Traquina (2005), no século XVIII o desenvolvimento da imprensa se intensificou com o surgimento dos primeiros *Mass Media* e os jornais sofreram, por isso, uma mudança significativa, uma vez que passaram a fornecer informação em vez de propaganda política. De modo análogo e respeitadas as devidas diferenças históricas, acreditamos que o modelo de jornalismo contemporâneo (herdeiro das convicções epistemológicas positivistas desenvolvidas nos séculos anteriores) sofre também, hoje, uma nova “virada estrutural” amplamente influenciada pelas novas tecnologias da comunicação, principalmente pela internet.

A internet tornou possível a conexão de milhares de pessoas ao redor do mundo, ao mesmo tempo, reconfigurando a lógica da troca de notícias.⁸ Ao passo em que o acesso à informação se torna mais rápido e fácil, os custos para

⁸ É importante notar que esses lugares de mudança instabilizam aquilo que eram práticas, produções e produtos do próprio jornalismo. Por exemplo, quando dizemos “notícias”, neste sentido, nos referimos à unidade informativa do jornalismo moderno. Com a produção atual dos próprios leitores/espectadores, o conceito se amplia. Não se relaciona somente à prática do *hardnews*, mas também a essas unidades de informação geradas pelos consumidores de informação, ainda que as mesmas possam não seguir as regras tradicionais de apuração e escrita.

a sua divulgação também se tornam mais baixos. Ainda que novas formas de financiamento sejam, por vezes, motivo de análises e discussões, tornou-se viável a criação de sites de notícias sem a necessidade de grandes investimentos. Além disso, mais que a oportunidade de acesso, a internet altera a relação do leitor/espectador com a notícia: quebra a linearidade do texto e constrói um discurso reconfigurado. Agora é possível prosseguir infinitamente nos hipertextos, fazer vínculos (que são oferecidos pelo sistema), descobrir fatos que não foram abordados pela imprensa tradicional, reunir informações e divulgar de forma ostensiva (e jamais anteriormente possível como tal) a sua reflexão sobre o material analisado.

Hoje os leitores/espectadores de notícias podem devolver ao meio, com mais visibilidade, o produto das informações que buscaram. Podem escolher suas fontes e influenciar outros consumidores. Segundo Braga (2006), essa tendência, marcada por formas avançadas de difusão e compartilhamento de notícias, perpassada pela presença constante de aparatos tecnointeracionais, define a midiatização na contemporaneidade:

É possível construir uma perspectiva segundo a qual se verifica uma crescente busca de maior abrangência/ alcance/ duração – que leva a processos diferidos e difusos – e representam midiatização crescente, com inclusão sempre adicionada de novos elementos e de processos, assim como um maior atingimento e ampliação em termos participantes e de participação. (BRAGA, 2006, p. 148-149).

A questão é já considerada tão presente que análises mais profundas sobre o modo de agir desses novos leitores/espectadores, que passam a buscar conteúdo através da internet, são feitas por diversos grupos de pesquisadores ao redor do mundo. Uma das que consideramos mais completas, e que portanto mencionaremos neste estudo, foi desenvolvida pela Universidade de Oxford, através do Instituto Reuters para estudos de Jornalismo⁹. Os números levantados pelos pesquisadores apontam claramente para essa realidade em que leitores/espectadores também atuam como produtores de notícias. As redes sociais (com destaque para o *Facebook* – reconhecido como a rede social mais acessada no mundo), ainda segundo o Instituto, têm um grande peso como meio

⁹ As pesquisas estão disponíveis em: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/page/research>

de distribuição e consumo de material produzido por internautas. O primeiro relatório elaborado pelo grupo, feito em 2012, na Europa e nos EUA, mostrou, por exemplo, que 35% dos usuários do *Facebook* utilizam essa rede social para se informar.

O terceiro “Relatório Anual” feito pelo grupo, em 2014, acompanha e compara as mudanças no consumo de notícias *online*, desta vez em mais países: da Europa, EUA, Japão, Finlândia e Brasil, onde mais de 19 mil usuários foram entrevistados. Num breve apanhado desse relatório, destacando-se o que consideramos mais importante para este ponto da nossa pesquisa, tentaremos sintetizar alguns dados que nos mostram como os usuários *online* acessam a notícia, onde buscam as informações e como as devolvem ao universo digital.

Em primeiro lugar, mais pessoas estão acessando notícias através de um maior número de dispositivos diferentes, ao mesmo tempo. O computador continua a ser o dispositivo mais importante para o acesso às notícias *online*, mas, para muitos, esse acesso é agora complementado pelo uso intenso de *smartphones* e *tablets*. Nos países pesquisados, uma média de 58% da amostra usam um *smartphone* (eram 46%, em 2013). Uma em cada três pessoas entrevistadas disseram usar também um *tablet*, sendo que 20%, em média, fazem esse uso para o consumo de notícias. 39% dos entrevistados utilizam mais de dois dispositivos digitais para acessar as notícias (em 2013 eram 33%). O percentual dos que usam três dispositivos cresceu de 9% para 12%, de 2013 para 2014. Os mais jovens são os mais engajados no universo digital: um terço das pessoas que têm entre 18 e 34 anos de idade dizem que o *smartphone* é o seu principal meio de acesso às notícias *online*.

Em termos de conteúdo *online*, a pesquisa aponta que os artigos tradicionais e as manchetes permanecem os mais acessados em uma base semanal. Nos Estados Unidos e no Brasil estão os consumidores que mais acessam vídeos (aproximadamente 30%).

Ainda segundo o relatório de 2014, o grupo pesquisado busca a maior parte das notícias *online* através de empresas conhecidas e confiáveis. Por outro lado, percebe-se que se tornou mais comum o uso de outros caminhos para encontrar esse conteúdo. *Google*, *Facebook* e *Twitter* se tornaram intermediários para uma grande parte das buscas por notícias *online*. No caso específico do Brasil, a maior parte dos consumidores utiliza sites de busca (59%), seguidos da procura direta em sites de empresas jornalísticas e em redes sociais (ambas com 46%).

Adiante, a pesquisa mostrou que países de língua latina têm os usuários, de diferentes modos, mais engajados e mais assíduos. Os europeus do norte tendem a ser mais reservados neste aspecto. Ao mesmo tempo, os entrevistados japoneses são ainda menos propensos a compartilhar ou a comentar diretamente as notícias *online*. Neste universo, brasileiros são, quase sempre, os mais assíduos. Para se ter uma ideia, os usuários do Brasil são os que mais compartilham conteúdo com viés informativo por redes sociais (42%), seguidos dos italianos (35%). Nos EUA, o total é de 22%, no Reino Unido, de 12%, e no Japão, de 8%. Em quase todos os países, contudo, cerca de metade dos entrevistados disseram que comentam pessoalmente o conteúdo *online*, com exceção do Reino Unido (39%), da Alemanha (30%) e do Japão (14%).

O relatório de 2014, que é extenso, pode ser baixado gratuitamente pelo site do Instituto Reuters¹⁰, assim como os outros dois anteriores. Contudo, acreditamos que esses dados já nos trazem uma clara visão de como os leitores/espectadores de notícias *online* se comportam, hoje. Em primeiro lugar as notícias são, cada vez mais, acessadas por plataformas diferentes. Como entre os jovens a tendência é ainda maior, acreditamos que os números devam ainda dar um salto, nos próximos anos.

Fica claro, ainda, que, nesses espaços multimídia convergentes, contudo, a notícia é apenas uma forma de conteúdo competindo por atenção com todo o

¹⁰ Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org/>

resto. Além disso, apesar de o nome de empresas jornalísticas consideradas confiáveis pesar na escolha do conteúdo, os mecanismos de busca aparecem com muita força. Os internautas conhecem e utilizam diferentes possibilidades de acesso. É interessante ressaltar como nessa teia de modos de busca/recepção de conteúdo, encontramos evidências de que marcas confiáveis e jornalistas de confiança continuam a ser importantes para quase todos. Os nomes dessas marcas podem estar mudando, junto com os meios de entrega, mas noções de credibilidade, o imediatismo e a relevância permanecem fundamentais.

O dado final que consideramos relevante diz respeito ao *feedback* dado pelos usuários. Apesar de muitos preferirem comentar as notícias, é notável o fato de cada vez mais pessoas utilizarem as redes sociais para buscar e distribuir conteúdo, formando uma rede de retroalimentação comandada, majoritariamente, pelos usuários.

É evidente que as possibilidades informativas se tornaram infinitas. Segundo Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003), curiosamente essa condição contemporânea lembra, de certa forma, o jornalismo feito em bares e cafés da Europa, em seus primórdios:

Esse tipo de interação high-tech é, de novo, um jornalismo que lembra a conversação, bem parecido com o jornalismo original que ocorria nos bares e cafés há quatrocentos anos. Sob esse ponto de vista, a função do jornalismo não mudou na era digital. As técnicas talvez sejam diferentes, mas os princípios básicos são os mesmos. O jornalista, em primeiro lugar, está envolvido na verificação. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 42).

A pergunta a que nos vemos, neste ponto, obrigados a fazer é: se o paradigma clássico do jornalismo está sob questão, isso se dá mediante qual ponto de vista, ou em que aspecto? Numa era em que, segundo os próprios autores, o público se converte em promotor – um híbrido entre produtor e consumidor – de informação, o que podemos esperar da configuração contemporânea do fazer jornalístico?

As respostas devem ser, evidentemente, tão complexas quanto esse universo de mudanças e receberão nosso devido aprofundamentos nos próximos capítulos. Contudo, podemos dizer, de antemão, que concordamos, neste ponto, com os autores que acabamos de citar. Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003, p.41) concluem que hoje, “o jornalista não decide mais o que o público deve saber. Ele ajuda o público a pôr ordem nas coisas”.

2.3.2 – O vetor social: midiatização e apreensão de realidades

O que se vê na contemporaneidade, portanto, é muito mais do que uma influência tecnológica na veiculação ou no consumo de informações. Trata-se de uma relação do homem com o mundo, reconfigurada de modo complexo pela tecnologia e pelo mercado. Neste contexto, gradativamente, o campo midiático não é visto apenas como uma ferramenta ou uma técnica e, sim, entendido como uma ambiência.

Essa ideia que compõe o conceito de “bios midiático”, de Muniz Sodré (2002), é uma das chaves que escolhemos para compreender o processo social que absorve e impacta também a imprensa. Para ele, esse bios, ou essa vida midiatizada, pressupõe não somente a vida mediada pela lógica da mídia, mas a experiência caracterizada por ela. Segundo Sodré (2006), dentro desta concepção, a mídia não seria apenas um transmissor de informação, mas uma ambiência, uma forma de vida. O “bios midiático” seria, assim, resultado da evolução dos meios de comunicação e de sua imbricação com os modos de vida tradicionais.

Um outro conceito que acreditamos ser essencial para clarear nossa análise sobre esse vetor social de tensão sobre o jornalismo atual é desenvolvido por José Luiz Braga (2006). Segundo ele, a midiatização pode ser definida em dois níveis, ou âmbitos sociais: o primeiro, mais específico, trata dos processos sociais que começam a se desenvolver conforme a lógica das mídias. Já o segundo, mais amplo, trata da midiatização da própria sociedade, onde as interações autodeterminadas pela lógica midiática começam a servir de referência para os demais processos sociais.

Entendemos que os processos interacionais de referência são os principais direcionadores da construção da realidade social. O que parece relevante, em perspectiva macrosocial, é a teoria de que a sociedade constrói a realidade social através de processos interacionais pelos quais os indivíduos, grupos e setores da sociedade se relacionam. (BRAGA, 2006, p. 3).

Para Fausto Neto (2011), na constituição da sociedade, as formas de vida e interações têm sido transformadas em função da convergência de fatores sócio-tecnológicos que foram disseminados segundo lógicas de ofertas e de usos sociais.

Já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade – de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação – estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a cultura da mídia. (FAUSTO NETO, 2011, p. 92)

Para se pensar os impactos dessa realidade sobre o campo do jornalismo na contemporaneidade, é preciso entender, então, que as relações entre os campos sociais e seus sujeitos são variáveis e que o jornalismo deve ser considerado como uma prática específica que faz parte de um campo mais amplo, o midiático. O que se averigua, nesse contexto, é que o jornalismo clássico perde gradativamente sua hegemonia, como narrativa factual mediadora. Isso por que, apesar de ainda manter um grande espaço, a supremacia de outrora não é mais a mesma. Os veículos tradicionais não são mais o meio fundamental por onde a sociedade pode ver a si mesma, ou seja, seus relatos não se constituem como principal canal por onde o acontecimento flui para a sociedade. Tampouco, hoje, a agenda dos acontecimentos se dá através das reportagens exibidas ou publicadas por eles. Em vez de porta-vozes, esses veículos se tornaram uma voz, ainda privilegiada, é verdade, em meio a muitas outras. Com isso, deixam de se tornar fonte única para atestar credibilidade e legitimidade aos eventos noticiados. Essa mudança é uma das características da passagem da “sociedade dos meios” à “sociedade em midiatização” (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 153).

Indo adiante nesta passagem, podemos acrescentar que, no primeiro caso, na “sociedade dos meios”, o jornalismo, suas operações e seus profissionais, aparecem como instância intermediária entre as diferentes práticas dos outros campos sociais. Nela, os meios são considerados uma espécie de espelho no qual a sociedade industrial se reflete e pela qual se comunica. Já no caso da “sociedade em midiatização”, a comunicação do e sobre o acontecimento depende menos de uma decisão soberana do ambiente jornalístico, pois ele é permeado por transações que envolvem o deslocamento das instituições e da sociedade, na medida em que elas também passam a ser “produtoras” de conteúdo informativo.

Para Ciro Marcondes Filho (2009), aos poucos, então, uma nova lógica passa a ditar os parâmetros para o jornalismo. Neste contexto da midiatização, muda o ambiente das redações, assim como as relações de trabalho. As fontes, que outrora apenas davam informação, hoje são produtoras de conteúdo. Ao mesmo tempo, os leitores/espectadores, que antes estavam à espera do produto jornalístico, hoje se tornam co-produtores.

De modo geral, o jornalismo é afetado profundamente por esse processo de midiatização da sociedade, pela sua lógica e por novas formas de reconhecimento da realidade. As mudanças, portanto, são de caráter operacional, de forma e de conteúdo. Além do que dissemos acima, sobre a mudança de relações tanto com fontes quanto com leitores/espectadores, há a necessidade de um redesenho do clássico modelo produtivo.

Essa mudança de lugar e de postura de fontes e usuários faz parte de uma guinada popular midiática, que é chamada por Graeme Turner (2010) de “virada demótica”. O conceito se refere às pessoas comuns, ordinárias, que passaram a protagonizar narrativas na cultura midiática global, de modo que seus discursos são reproduzidos, segundo a visão de Turner (2010), de forma mais direta. Para ele, essas pessoas têm ido além da participação nas grandes mídias. Elas produzem e fazem circular seus próprios textos midiáticos, através do acesso e da visibilidade tornados possíveis hoje pela internet.

No livro *Ordinary People and the Media: The Demotic Turn*, Turner (2010) dedica um capítulo inteiro aos impactos dessa “virada demótica” sobre a produção jornalística que, para ele, enfrenta um grande desafio. A questão para Turner, nesse contexto da guinada popular, não tornou o jornalismo melhor, mais diversificado ou mais confiável em termos de suas perspectivas políticas e fontes de informação. Na verdade, o inverso parece ser o caso. A procura de novos conteúdos se tornou o principal problema para as empresas de comunicação do século XXI, que tentam “monetizar” sua participação em empreendimentos multi-plataforma:

Como a concorrência comercial torna-se mais intensa, e como as agências de notícias buscam formas inovadoras para encontrar seus públicos, nota-se que o seu conteúdo está se transformando em uma forma híbrida de gêneros, com o “infotainment”, numa fusão de notícias e entretenimento. Uma relação industrial entre atividades de jornalismo, relações públicas e publicidade está redefinindo o jornalismo, tanto para os seus praticantes quanto para seus públicos. Como consequência, muito do que está disponível para nós como notícia hoje em dia é produzido de uma forma que desafia as concepções tradicionais do jornalismo. (TURNER, 2010, p.72, tradução nossa).¹¹

Para Fausto Neto (2011), essas novas relações que emergem da complexidade social desafiam os jornalistas a conquistar a confiança dos consumidores e redimensionam conceitos caros ao paradigma clássico do jornalismo, como o ideal de verdade e imparcialidade.

Numa sociedade midiaticizada, a busca pelo consumidor a qualquer custo leva a uma mistura de informação e entretenimento. “No jornalismo *fast-food*, a tematização de questões polêmicas e a abordagem de temas que instiguem o debate crítico dão lugar a fatos do dia a dia, a banalidades e curiosidades do cotidiano. Aqui, “a forma é mais importante que o conteúdo e fatos fabricados sobrepõem-se aos reais” (MARCONDES FILHO, 2009, p. 40). Nesse contexto, o ideal clássico de jornalismo, com suas leis de verdade, de imparcialidade, de compromisso com o interesse público, de promoção do debate crítico, dentre

¹¹ No original: As commercial competition becomes more intense, and as news outlets seek innovative ways to find their audiences, news agendas are narrowing and their content is mutating into hybridized infotainment genres. The merging of news and entertainment, as well as an ongoing industrial integration between the activities of journalism, public relations and publicity, is redefining journalism both for its practitioners and for its audiences. As a consequence, much of what is available to us as news today is produced in a manner which challenges traditional conceptions of the journalist.

outras, vê-se pressionado pelas estratégias de adaptação a esse novo ambiente midiático e à necessidade de conquista de espaço e prestígio, diante da atual mentalidade e atuação de consumidores e fontes de informação.

Nota-se, portanto, voltando a Turner (2010), uma perda de interesse por parte dos consumidores acerca de notícias de veículos tradicionais. Esse público que, segundo ele, expressa sua insatisfação com a concentração indesejável de conteúdo e poder enunciativo por parte das indústrias de mídia. As novas plataformas para consumo e produção de notícias estariam atraindo vozes de resistência:

Essas vozes podem servir a políticas e agendas comerciais diferentes. As plataformas incluem uma gama de cidadãos e projetos de jornalismo público, como os blogs de notícias e os sites de notícias "alternativas". (TURNER, 2010, p.71, tradução nossa)¹².

2.3.3 – O vetor epistemológico: do positivismo à complexidade

Toda essa guinada popular da qual falamos, em um *bíós* midiático, faz parte de um modelo de pensamento de nossa época. Assim como no século XIX passou a reinar em diversas áreas de produção de conhecimento – inclusive no jornalismo – o ideal positivista, hoje o que se percebe, nessa pulverização de vozes, é uma forma mais maleável de prismatização da realidade. Como não poderia deixar de ser, a atividade jornalística se encontra, portanto, pressionada entre o seu paradigma estruturador clássico e um novo modelo de racionalidade crítico dessas leis científicas. Segundo Cremilda Medina (2008), no livro *Ciência e Jornalismo: da herança positivista ao diálogo dos afetos*:

A linguagem jornalística, enquanto discurso da atualidade plenamente legitimado pela sociedade, defronta-se hoje com os impasses da crise de paradigmas. Estruturada pelos princípios positivos-funcionalistas, essa codificação propõe-se uma forma uma forma eficiente de comunicação coletiva, mas vive a contradição de um discurso muito pouco interativo. O jornalismo, inscrito na trajetória nitidamente assinalada pela modernidade, foi construindo sua linguagem segundo os postulados da racionalidade que vem desaguar, como outras formas de codificação do real, em fórmulas gramaticais do século XIX. Dessa

¹² No original: These voices can serve many different political and commercial agendas. Their platforms include the various citizen and public journalism projects, the news blog and the proliferating "alternative" news sites [...].

herança estratificada saem os principais problemas contemporâneos. (MEDINA, 2008, p. 17).

Em *Um Discurso sobre as ciências*, o sociólogo português Boaventura de Souza Santos (1988) explica por que vivemos atualmente um período considerado de transição epistemológica. Segundo ele, o que acontece neste momento são questionamentos sobre os limites do rigor científico de outrora, em vistas do estabelecimento de uma nova ordem emergente. A ruptura estabelecida por esse novo paradigma científico em relação a esse modelo de racionalidade clássico se dá através de ideias que reivindicam um estatuto metodológico distinto, menos rígido e cartesiano. Esse movimento, ainda segundo Santos (1988), se iniciou com Einstein e a mecânica quântica, que revolucionou a nossa concepção de espaço e de tempo, absolutos a partir de Newton. Num breve resumo sobre esse modelo de racionalidade que estaria em declínio, o autor explica:

O modelo de racionalidade que preside a ciência moderna constituiu-se a partir da revolução científica do século XVI e foi desenvolvido nos séculos seguintes basicamente no domínio das ciências naturais. Ainda que com alguns prenúncios no século XVIII, é só no século XIX que este modelo de racionalidade se estende às ciências sociais emergentes. A partir de então pode falar-se de um modelo global de racionalidade científica que admite variedade interna, mas que se distingue e defende, por via de fronteiras ostensivas e ostensivamente policiadas, de duas formas de conhecimento não científico (e, portanto, irracional) potencialmente perturbadoras e intrusas: o senso comum e as chamadas humanidades ou estudos humanísticos (em que se incluíram, entre outros, os estudos históricos, filológicos, jurídicos, literários, filosóficos e teológicos). (SANTOS, 1988, p. 3)

Para Charles Lemert (2000), no livro *Pós-modernismo não é o que você pensa*, se a mentalidade moderna fundamentava-se na ciência e na racionalidade para explicar a realidade, o pós-modernismo rejeita esse modelo, ou seja, “o pós-modernismo se relaciona com o colapso do modernismo” (LEMERT, 2000, p. 43). Em outras palavras, enquanto na modernidade, em oposição ao misticismo, pensava-se na compreensão da realidade fundamentada essencialmente na razão, baseada em métodos rigorosos de observação e experimentação, na contemporaneidade o discurso da ciência sobre a realidade passa a ser questionável e os princípios epistemológicos da

ciência, outrora sólidos, são abalados. Todos os “ismos” e mitos desse pensamento racional dominantes perdem seu apelo legitimador.

Muitos estudos foram e são feitos na tentativa de elucidar essa rejeição contemporânea ao modelo de racionalidade moderno. Contudo, gostaríamos de nos aprofundar neste ponto das ideias sobre o pós-modernismo de Jean-François Lyotard (1988), a respeito da “incredulidade em relação aos metarrelatos”. Isso pois, em nossa compreensão, mesmo se tratando de um estudo ambientado nas décadas de 70 e 80, e portanto um pouco distanciado do contexto atual, a falência das grandes narrativas nos parece um tema ainda muito pertinente e se aproxima dos nossos questionamentos sobre o lugar da concepção simbólica positivista do jornalismo na contemporaneidade.

Enquanto a ciência moderna assumiu ares de verdade incontestável e absoluta e o projeto positivista ganhou status de caminho para a verdade e, portanto, para o progresso, pensadores pós-modernistas, dentre eles Lyotard, afirmam que a ciência não passa de uma metanarrativa¹³ dentre tantas outras (como a igualdade comunista e o progresso iluminista, por exemplo) não sendo reconhecida como absolutamente crédulas. Em outras palavras, para o filósofo francês, o processo de legitimação da ciência é feito através de um relato, por meio de um metadiscurso, uma filosofia, e não haveria mais uma metanarrativa que pudesse tornar os discursos aceitos por todas as culturas.

Nesse sentido, acreditamos ser importante pensar se outras formas de narrativas baseadas num processo de legitimação científica não estariam sentindo os efeitos dessa crise apontada por Lyotard (1988). É o caso do jornalismo. Mesmo não podendo ser considerado um metarrelato, e sim uma forma de conhecimento baseado em premissas científicas e menos rigorosas, a ideia de espelhamento do real, de objetividade e de imparcialidade como pressupostos de cientificidade e, portanto de legitimidade, recebem duras

¹³ Entendem-se por metanarrativas as grandes narrativas que explicavam a realidade de maneira absoluta e exclusivamente racional, tais como evolucionismo, o marxismo, o positivismo, entre outros.

críticas nesse contexto de pós-modernidade e incredulidade quanto aos metarrelatos.

Segundo Medina (2008), a moldura ideológica, fixada no jornalismo, se transformou numa série de dogmas que conduzem a uma concepção e a uma operação simbólica positivista, uma concepção que rege a pesquisa empírica. Para ela, o jornalismo continua operando, no século XXI, conforme a visão de Comte, que remonta ao século XIX, e que defende a razão e a observação como única base possível de conhecimento da verdade, “rejeitando a vã erudição que acumula fatos, sem aspirar deduzi-los uns dos outros” (MEDINA, 2008, p. 19).

A essa concepção ainda não se haviam acrescido as compreensões científicas da indeterminação nos processos materiais e sociais, a noção do caos dinâmico, a compreensão de atos emancipatórios imprevisíveis. Tampouco havia sido incorporada a noção de produção simbólica, que transcende os fenômenos aparentes. A dureza do espírito positivo, no entanto, persiste na metodologia atual, de certa forma ainda avessa à visão de mundo que emerge na crise de paradigmas e restaura a imaginação poética. (MEDINA, 2008, p. 19)

Assim, ainda segundo a autora, tanto as formas de captação do acontecimento noticioso quanto as formas de construção narrativa e publicação são ainda marcadas por aspectos do positivismo:

Verificam-se marcas epistemológicas herdadas do discurso sobre o espírito positivo. Ou do espírito comtiano. Senão, vejamos: a noção de real e a relação objetiva com o real; a tendência para diagnosticar o acontecimento social no âmbito da invariabilidade das leis naturais; a ênfase na utilidade pública dos serviços informativos; o tom afirmativo perante os fatos jornalísticos; a busca obsessiva pela precisão dos dados como valor de mercado; a fuga das abstrações; a delimitação de fatos determinados. (MEDINA, 2008, p. 26).

Nossa questão, diante do que vemos, portanto, se relaciona ao desencaixe desse discurso jornalístico na contemporaneidade. Se na chamada pós-modernidade, já no último quarto do século XX, encontramos uma forte “necessidade de reavaliação do conceito de ciência, dos critérios de certeza, da relação entre ciência e realidade, da validade dos modelos científicos” (Aranha; Martins, 1995, p. 163), não estaria o paradigma clássico do jornalismo enfrentando, desde então, um momento de tensão de valores?

2.3.4 – O vetor econômico: interesse público x interesse de mercado

O quarto e último vetor de tensão que consideramos nessa dissertação diz respeito à reconfiguração vivida pelo fazer jornalístico em meio à condição mercadológica mundial. Tal qual o compreendemos hoje, o jornalismo vive as consequências de sua situação, que pode ser considerada ambígua: ao mesmo tempo em que ocupa o papel de controle e crítica social, é também empresa, indústria e negócio numa economia de mercado.

Se por um lado, no século XIX, como vimos, a imprensa se tornou mais livre a partir do momento em que pôde se transformar numa empresa de negócios lucrativa, hoje, por outro, essa mesma definição capitalista coloca em xeque a sua produção noticiosa. Explicando-nos melhor, podemos dizer que enquanto naquela época a industrialização e o desenvolvimento da publicidade como nova forma de financiamento tornaram possível o desenvolvimento de uma imprensa mais livre de opiniões, despolitizada e envergada aos fatos, hoje a situação é diferente. A dependência do capital de outros grupos, empresas e governo, tornaram questionável o desprendimento da imprensa em relação aos seus financiadores e o seu real compromisso com o ideal de verdade dos fatos, ou de utilidade pública, tencionando algumas de suas premissas básicas na contemporaneidade.

A questão é que no século XXI, o que se vê em grande escala é o jornalismo baseado no mercado, onde os donos de jornais subordinam a produção a interesses financeiros. “As empresas e seus empregados são absorvidos pelas pressões comerciais, os ganhos dos jornalistas passam a depender do lucro geral da empresa – e não da qualidade do seu trabalho – e a produção noticiosa mistura-se com a publicidade e a propaganda.” (KOVACK; ROSENSTIEL, 2003).

A conglomeração de negócios informativos ameaça a sobrevivência da imprensa como instituição independente, à medida que o jornalismo se converte em um setor subsidiário dentro das grandes corporações essencialmente voltadas para os negócios. (...) Podemos confiar nessa imprensa subsidiária para vigiar os poderosos interesses existentes na sociedade? (KOVACK; ROSENSTIEL 2003, p.53-54).

Com o avanço do capitalismo, os jornais foram engolidos por conglomerados empresariais, inicialmente regionais e depois de âmbito nacional. No século XX, muitos consolidaram-se como empresas transnacionais. No Brasil, os casos bastante simbólicos são os dos Diários Associados, das Organizações Globo, do Grupo Folha e da Editora Abril. Segundo Melo (2011),

Estes conglomerados reúnem das clássicas redações de jornais e revistas a editoras, gravadoras, produtoras de cinema, institutos de pesquisa de opinião e instituições financeiras. São empresas focadas no mercado, cujo objetivo é ganhar a credibilidade para vender o seu produto. O produto pode ser a informação, também, mas não apenas ela, porque só com informação os jornais não sobrevivem como empresas. (MELO, 2011, p. 262).

Adiante, ela conclui:

Se a imprensa é uma conjunção de empresas, estamos falando de um grupo com interesses capitalistas. A polêmica acerca da objetividade e da neutralidade, dada a condição empresarial do jornalismo, coloca em xeque a liberdade de expressão. Se a mídia assumiu posição política, reduzindo o espaço de vazão às várias versões dos fatos, não parece haver de fato liberdade de imprensa. (MELO 2011, p. 268).

As empresas que tradicionalmente se propõem a produzir um conteúdo jornalístico têm sentido, portanto, o peso desse descompasso entre a sua lógica comercial e o seu próprio discurso positivista. Howard Kurtz (1993) alerta que:

Um cheiro de morte permeia o negócio jornalístico nestes dias. Todos os meses há a repetição de um ritual familiar: a desesperada busca por um comprador, uma angustiante contagem regressiva, a edição final, a mágoa na comunidade, a última bateria de repórteres e editores despejados nas ruas. (KURTZ 1993, p. 329).

O jornalista da contemporaneidade (nos referindo à maioria, atrelada à essa produção corporativa) pode ser visto como um operário com prazos e metas a cumprir. Com a diminuição das equipes e dos salários, esses operários da notícia devem, cada vez mais, desempenhar o máximo de funções. Não é raro, por exemplo, encontrar nas redações repórteres que também precisem atuar como produtores, editores de texto e de imagem, ao mesmo tempo. Portanto, atualmente, o profissional das redações “deve ser acoplável a qualquer altura do sistema de produção de informações. A eficiência sobrepõe-se à questão da qualidade (originalidade, personalidade) do texto” (MARCONDES

FILHO, 2000, p. 109). Para citar Bourdieu (1997), esse jornalista da qual falamos é aquele subordinado à “mentalidade-índice-de-audiência” e, para sobreviver no mercado, aceita o jogo de colocar em cena aquilo que pode ser mais lucrativo em detrimento do informativo, deixando de lado as premissas clássicas ensinadas até hoje, nas universidades.

Para Leandro Marshall (2003), os jornalistas, assim como outros profissionais, não permaneceram imunes à supremacia do mercado, com os ditames do consumo. Se encontram num meio que tem tratado de cumprir uma racionalidade eminentemente bancária, instrumental. Segundo ele, na sociedade contemporânea, “a informação, a notícia, o jornal e a imprensa em geral são estetizados, marketizados e mercadorizados” (MARSHALL 2003, p. 24). A informação deixa de significar uma representação simbólica dos fatos e se apresenta como um produto híbrido que mescla publicidade, entretenimento, persuasão e consumo.

Os princípios da nova ordem neo-econômica provocam mudanças nas relações dentro das redações dos jornais, na interação do profissional com a sociedade, nas escolas de jornalismo, na hierarquia dos saberes, da dinâmica das mentalidades, no artesanato das notícias e no cotidiano do fazer jornalístico. Enfim, os traços do neoliberalismo estão em todas as áreas associadas ao campo do jornalismo. (MARSHALL, 2003, p.24).

Em síntese, para Marshall (2003), existe uma transição do jornalismo clássico para o jornalismo da era neoliberal, com consequências inevitáveis, entre elas, o aumento de conteúdos mais ligados ao entretenimento e a redução da informação a um mínimo, que acaba por instalar uma crise entre os profissionais. Como não poderia deixar de ser, essas transformações se refletem na visão dos leitores/espectadores de notícias, que percebem a corrosão sofrida pela profissão e perdem, gradativamente, sua confiança. Para mostrar essa realidade em números, o autor relembra uma pesquisa de opinião feita pela *American Society of News Editors*, entidade que congrega 875 representantes dos principais jornais diários dos EUA. Essa pesquisa¹⁴, feita em 1998, mostra

¹⁴ A pesquisa completa pode ser encontrada no site do grupo, pelo endereço: <http://files.asne.org/kiosk/reports/99reports/1999examiningourcredibility/Index.html>

claramente que os sinais da queda de credibilidade sofrida pelo jornalismo não começaram a emergir ontem. Na etapa inicial foram entrevistados 3 mil leitores de jornais impressos no país e, a seguir, a pesquisa foi aprofundada qualitativamente. 78% dos entrevistados disseram acreditar que o poder político do governo, o poder econômico das empresas ou as pessoas ricas podem influenciar um jornal, manipulando os princípios de verdade. 78% da amostra também consideraram o noticiário, em geral, tendencioso, favorecendo determinados grupos sociais ou políticos. 80% declararam acreditar que o que define o espaço de uma notícia no jornal não é a sua importância, mas seu potencial de espetáculo.

Trazendo a análise para o caso brasileiro, podemos citar a Pesquisa de Mídia Nacional, feita em 2014 e publicada em 2015, pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República¹⁵. De acordo com a SECOM, o tamanho total da amostra nacional foi fixado em 18.312 entrevistas, distribuídas em todo o país. Segundo a pesquisa, o jornal continua sendo o meio de comunicação mais confiável. Contudo, essa confiança não é digna de orgulho. 58% dos entrevistados declararam que confiam "sempre" no que é publicado nos jornais contra 40% que dizem confiar pouco. No caso da TV, 54% confiam muito ou sempre, contra 45% que confiam pouco ou nada. No caso do rádio, 52% confiam muito ou sempre, contra 46% que dizem o contrário.

Já em relação às novas mídias, respectivamente, 71%, 69% e 67% dos entrevistados disseram confiar pouco ou nada nas notícias veiculadas nas redes sociais, blogs e sites. Apesar disso, o percentual de pessoas que a utilizam todos os dias cresceu de 26% na PBM 2014 para 37% na PBM 2015, sendo que 92% estão conectadas por meio de redes sociais – *Facebook* (83%), *Whatsapp* (58%) e *Youtube* (17%).

Uma outra pesquisa é capaz de nos mostrar mais claramente como os brasileiros têm perdido a confiança nos meios de comunicação, ao longo do

¹⁵ A pesquisa completa pode ser encontrada no site da SECOM, pelo endereço: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf/view>

tempo. Segundo o Índice de Confiança Social, medido pelo IBOPE¹⁶, os níveis vêm caindo ano a ano. Numa escala de 0 a 100, em 2009 o índice de confiança dos brasileiros nos meios de comunicação chegava a 71 pontos. Em 2014, não passou dos 54.¹⁷

Para citar exemplos práticos, buscamos dois casos expressivos no jornalismo corporativo brasileiro. O *Jornal Nacional* (JN), exibido há 45 anos no horário nobre da emissora de maior expressão no país, a TV Globo, vê seus índices de audiência caírem constantemente. Em 2014, o JN registrou, segundo o IBOPE, 18,3 pontos de audiência¹⁸ (apenas um terço do que já conquistou na década de 1980). Entre os impressos, podemos mencionar o caso do jornal *Folha de S. Paulo*, que possui a maior tiragem de cobertura nacional do Brasil. Há quase dez anos, a *Folha* perde leitores e diminui gradativamente sua tiragem, que passou de quase 350 mil unidades, em 2002, para menos de 290 mil, no ano passado, segundo informações do IVC (Índice Verificador de Circulação). Mesmo levando-se em conta que telespectadores e leitores possam ter migrado para as versões do jornal e do telejornal na *web*, acredita-se que, de fato, a atenção de uma parcela considerável dos antigos consumidores tenha se dissipado. Essa hipótese deve ser considerada tendo em vista a preocupação, cada vez maior, das lideranças dos veículos tradicionais, que buscam voltar aos antigos índices de audiência e circulação. Mudanças desde a apresentação, passando pelo cenário, valorização de entradas ao vivo e linguagem mais coloquial, além de maior utilização de imagens amadoras, marcaram alguns dos investimentos do *Jornal Nacional* em reconquistar os telespectadores. Quanto à *Folha de S. Paulo*, os maiores investimentos parecem ter se dado no site do jornal, cujo acesso permanente passou a ser cobrado dos assinantes, numa tentativa de fidelizar leitores e valorizar a notícia produzida pelo veículo. Apesar

¹⁶ Instituto Brasileiro de Pesquisa e Estatística. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Ap%C3%B3s-queda-acentuada-em-2013,Indice-de-Confianca-Social-se-estabiliza.aspx>

¹⁷ Segundo o IBOPE, a pesquisa foi realizada com 2.002 pessoas, em 141 municípios, entre os dias 18 e 21 de julho de 2014.

¹⁸ Cada ponto de audiência equivale a 65 mil domicílios, na grande São Paulo.

desses investimentos, o que se vê em números, como mostrado anteriormente, são leitores cada vez mais distantes.

Diante desta análise, parece claro que o vetor econômico é um dos fortes tencionadores do paradigma clássico do jornalismo que, como dissemos, prima por ser um espelho da sociedade, pela verdade dos fatos e, portanto, pela liberdade informativa. Ainda que as corporações jornalísticas gozem de legitimidade por tradicionalmente constituir um espaço de visibilidade de discursos diversos, de indivíduos de variados campos, os questionamentos a respeito do seu interesse financeiro desestruturam esta onipresença e arquitetam cada vez mais discursos de desconfiança, de rejeição e de resistência frente ao seu modelo produtivo.

2.4 – A interseção dos vetores

Por mais que tenhamos separado em quatro tópicos o que consideramos como vetores de tensão que atuam sobre a prática jornalística na contemporaneidade, parece-nos claro que todas essas proposições se entrecruzam e influenciam, sendo, por vezes, difícil estabelecer uma linha de corte ou de limite entre elas.

Ao mesmo tempo em que a evolução tecnológica pode ser considerada uma chave para que se expliquem os processos de mediação social, sabemos que a própria lógica mediada favorece o crescimento das indústrias de comunicação e, ainda, que todo esse contexto também pode ser entendido através de um ponto de partida filosófico, principalmente no que diz respeito aos modelos de aquisição de conhecimento variáveis no tempo. Os vetores, inevitavelmente, portanto, se conjugam de forma complexa e não hierarquicamente. A separação que propusemos, dessa forma, pode se traduzir apenas como uma escolha de caminho de análise.

O que desejamos ter conseguido mostrar neste capítulo, e com base no referencial teórico escolhido, são os motivos para a nossa crença de que o modelo jornalístico marcado por bases positivistas, de fato, passa por um momento de tensão, relativo não somente aos seus modos de produção mas,

também de compreensão. Acreditamos que na condição de polifonia em que as mídias se encontram hoje, as relações econômicas, sociais, culturais e tecnológicas trazem um modo complexificado de prismatização do real, de construção de sentidos. Ao mesmo tempo, questões como a mudança no grau de participação e de exigência dos consumidores de notícias, a disseminação do amadorismo e o afrouxamento das amarras ideológicas positivistas (enquanto bases indispensáveis ao processo de legitimação) convidam o jornalismo a uma reconfiguração de seus processos produtivos e epistemológicos.

Nos próximos capítulos tentaremos discutir como algumas esferas de produção noticiosa, a partir de um lugar constituinte do próprio fazer jornalístico, têm buscado contornar atuais amarras, desenhar novos modelos e responder à situação atual, que consideramos ser de crise. Trata-se do jornalismo autointitulado “alternativo” que, como parte das práticas jornalísticas que se afirmaram na modernidade, se apresenta como resposta, como um caminho diferente, prático e conceitualmente mais adequado às exigências da sociedade contemporânea. Tentaremos mostrar de que modo esse tipo de jornalismo se caracteriza, portanto, como contraponto aos veículos tradicionais, considerando-se, aqui, vários estágios de sua cadeia produtiva: desde a seleção de fatos que deverão ser noticiados até as formas de distribuição dos conteúdos.

Ao longo de todo o próximo capítulo nos dedicaremos à análise dessa nomenclatura, do modelo proposto e do seu percurso histórico, além dos caminhos sugeridos frente aos vetores que tencionam o paradigma clássico do jornalismo e frente aos seus próprios desafios. A partir da ideia de que o jornalismo tradicional sempre convocou, em alguma medida, uma contraface, um lugar de juízo, de crítica e de modulação daquilo que se afirma como o hegemônico, nosso objetivo será o de entender as práticas alternativas contemporâneas, relacionando-as com aquelas consideradas dominantes, a fim de compreender suas propostas e viabilidade. Por fim, mostraremos por que nossos objetos de estudo são considerados por nós como experiências que permitem abordar e discutir a condição contemporânea do jornalismo.

De antemão, podemos dizer que os vetores de tensão que elencamos anteriormente nos parecem claramente expressos nessas experiências. Tanto a *Agência Pública* quanto a *Ponte* reivindicam esse lugar de resposta, resistência ou modulação sem, contudo, manter uma relação binária ou de mera oposição ao modelo dominante. Neste sentido, ambos os sites buscam, por exemplo, priorizar lacunas deixadas pelo *mainstream*, na tentativa de balancear a cobertura e dar maior visibilidade a grupos considerados marginalizados. Além disso, há neles um claro afrouxamento do conceito de objetividade, uma vez que os trabalhos não buscam separar fatos de valores. A *Agência Pública* e a *Ponte* também tendem a evitar os padrões epistemológicos estabelecidos, preferindo um estilo menos comprometido com essas amarras. Há, ainda, uma ênfase sobre o combate à dependência de verbas publicitárias ou governamentais, em prol da liberdade de posicionamento.

Como dissemos, essas e outras características serão analisadas com o rigor necessário nas próximas páginas. Neste caminho de aprofundamento, contudo, tentaremos mostrar, primeiramente, por que o modelo de jornalismo alternativo construído por esses dois objetos dialoga diretamente com os vetores que consideramos tensionadores do jornalismo hegemônico a partir da recuperação ou da reinvenção de um dos conceitos mais caros ao paradigma clássico do jornalismo: a ideia de interesse público.

3 – JORNALISMOS ALTERNATIVOS COMO RESPOSTA E RESISTÊNCIA

3.1 Nomenclaturas e definições

Nosso percurso, neste capítulo, buscará conceitos que cercam o jornalismo alternativo e aspectos que delineam sua historicidade. Ao nos depararmos com uma bibliografia muito diversificada sobre o assunto, decidimos nos basear mais profundamente nas pesquisas desenvolvidas por Atton e Hamilton (2008), teóricos de referência para diversos outros autores. Além deles, utilizamos estudos que consideramos chave para compreensão da conjuntura atual, como o de John D.H. Downing (2002), a partir do conceito de Mídia Radical. Fizemos uso ainda de definições de autores como Máximo Grinberg (1987), Cecília Peruzzo (2009), Bernardo Kucinski (1991), Ana Luiza Martins (2008) e Tania Regina de Luca (2008). Esses últimos foram escolhidos, mais especificamente, pela rica contribuição a respeito da história do jornalismo alternativo no Brasil.

Todos esses autores nos servirão de base para entender aspectos do funcionamento do jornalismo alternativo ao longo da história. Objetivamos, assim, compreender melhor as engrenagens do jornalismo alternativo e como ele emerge, hoje, em experiências *online*, como alternativa às tensões que elencamos no capítulo anterior. Por fim, traçaremos um breve panorama de sites de notícias dentro e fora do país, para mostrar como os profissionais dessas mídias definem o seu trabalho.

Mas, antes de entrarmos mais precisamente na definição de jornalismo alternativo, é importante esclarecer que existem diversos termos que cercam o universo em torno deste fazer jornalístico fora da mídia tradicional, ou mais desvinculado da produção corporativa. O termo *independente*, por exemplo, quando ligado à atividade jornalística, destaca a liberdade em relação às amarras econômicas encontradas no contexto do jornalismo corporativo. A terminologia valoriza, portanto, o fato de esse jornalismo não estar vinculado a compromissos com anunciantes, grupos políticos ou instituições governamentais. Quando se fala em *jornalismo cidadão*, *radical*, *popular* ou

comunitário, por outro lado, normalmente, a principal referência são aquelas iniciativas ligadas a movimentos sociais.

Apesar de não haver limites específicos entre as definições, uma vez que os processos comunicativos são marcados por direcionamentos muitas vezes parecidos (no sentido de agirem como contraponto ao que se considera como o hegemônico), há grandes diferenças entre elas. Como dissemos, são diversos os termos e, por vezes, não há muitos elementos que permitem a construção de uma identidade comum dessas experiências. Explicando-nos melhor, podemos dizer que as nomenclaturas definem modelos cujas linguagens, objetivos, formatos, conteúdos, formas de organização e produção se apresentam de modos singulares e há nuances importantes que as diferenciam.

Desse modo, tornou-se importante para nós esclarecer que nossa escolha por trabalhar com o termo jornalismo alternativo não se dá no sentido de uma tentativa de aproximar experiências tão distintas e ricas, ou da busca por uma nomenclatura de caráter mais amplo que englobasse todas as experiências. Ao nosso ver, ao assumir de antemão uma identidade dessas experiências, corre-se o risco de ver nelas o que há em comum e o comum talvez seja o menos interessante. Para nós, o mais interessante nessas experiências é justamente a riqueza de suas singularidades.

Assim, gostaríamos que nossa escolha fosse entendida no sentido de uma reflexão sobre práticas que compartilham do desejo de pensar o jornalismo num viés crítico ao caminho tradicional percorrido pelas mídias dominantes, ou seja, como alternativa que emerge do próprio campo. Nosso percurso, dessa maneira, intenciona respeitar a diversidade das experiências jornalísticas que se contrapõem ao que se chama de hegemônico na contemporaneidade.

3.2 – Aspectos conceituais e históricos do jornalismo alternativo

Para Grinberg (1987, p. 19), a terminologia desse tipo de comunicação, apesar das indeterminações do conceito, define uma “busca de canais para um

discurso que deve circular à margem da comunicação de massa”, considerando-se que não se trata de uma “alternativa aos *media* como tais, mas enquanto instrumentos do poder” (GRINBERG, 1987, p. 19-20). Segundo ele, o termo alternativo remete, portanto, a um contexto caracterizado pela existência de setores privilegiados que detém o poder político, econômico e cultural:

[...] implica uma opção frente ao discurso dominante; opção à qual confluem, em grau variável, os sistemas de propriedade, as possibilidades de participação dos receptores na elaboração das mensagens, as fontes de financiamento e as redes de distribuição, como elementos complementares. (GRINBERG, 1987, p. 30).

Seguindo essa mesma linha, Downing (2002) aponta sua definição. O jornalismo alternativo, dentro do vasto conceito de mídia radical alternativa¹⁹, desenvolvido por ele, baseia-se em dois propósitos:

a) expressar verticalmente, a partir dos setores subordinados, oposição direta à estrutura de poder e seu comportamento; b) obter, horizontalmente, apoio e solidariedade e construir uma rede de relações contrária às políticas públicas ou mesmo à própria sobrevivência da estrutura de poder. (DOWNING, 2002, p. 30).

Já nas primeiras páginas do livro *Alternative Journalism*, um dos poucos totalmente dedicados ao assunto, Atton e Hamilton (2008) buscam definir esse modo de ser jornalístico, utilizando para ele dois termos: jornalismo alternativo e independente.

O jornalismo alternativo é, ao menos em sua forma ideal, produzido fora das instituições midiáticas dominantes. Isso pode incluir mídia de grupos de protesto, dissidentes, organizações políticas marginais e até mesmo fãs e amadores (Atton, 2004. p. 3). [...] Muito do trabalho do jornalismo alternativo está envolvido com a representação dos interesses, visões e desejos de grupos sociais pouco representados. Projetos de jornalismo independente tendem a ser organizados fora da mídia tradicional, não

¹⁹ Num recorte bastante reduzido, podemos dizer que se trata de uma ideia que não restringe os meios de comunicação a recursos tecnológicos como a TV, o rádio ou mesmo a internet e o cinema. Para Downing, essas iniciativas são fluidas e se consolidam em plataformas que vão desde o grafite à moda, passando pela música e pelo teatro, por exemplo. A marca básica do que ele considera como mídia radical é um caráter de oposição à hegemonia da indústria cultural e do que ela favorece. Outro ponto importante diz respeito ao fato de que, para o autor, a comunicação se realiza sempre entre pessoas ativas que mantêm esses meios. Muitas vezes, portanto, há mais um interesse local, comunitário, do que global.

hierarquicamente, coletivamente e em bases não comerciais. Esse modelo pretende ser independente da verba publicitária e imune à institucionalização. Adeptos do jornalismo independente também buscam um maior equilíbrio de forças em relação à mídia tradicional, uma vez que o desequilíbrio muitas vezes resulta na marginalização de certos movimentos e grupos sociais e culturais. (ATTON; HAMILTON, 2008, p. 34, tradução nossa).²⁰

São muitas as nuances que cercam esse fazer. Para continuar nos aprofundando sobre o universo do jornalismo alternativo, contudo, é importante deixar de lado, neste momento, nossas preocupações com a sua definição, e investigar sua contextualização histórica. Isso é necessário, pois, apesar de a ideia de um jornalismo alternativo parecer contemporânea, estudos a esse respeito nos mostram o contrário: de fato, ele não se constitui como uma total novidade. É possível encontrar, no passado, movimentos de contestação e oposição análogos ao que vemos atualmente. Queremos dizer, com isso, que se trata de um processo que pode ser considerado espiralar (que dá voltas em torno de um pondo do qual se afasta pouco a pouco), se levadas em conta as diferenças históricas intrínsecas.

Atton e Hamilton (2008) retornam ao surgimento do jornalismo burguês no intuito de traçar esse percurso histórico ao qual nos referimos. Segundo eles, nos últimos 400 anos, a ascensão da burguesia enquanto uma classe social cujas fontes de energia se encontravam fora do controle real ou eclesiástico possibilitou a expansão desse tipo de fazer jornalístico, uma vez que ele ia contra as produções dominantes na época:

De fato, a emergência do jornalismo (burguês) está intimamente ligada à emergência do capitalismo e da classe burguesa da qual ele dependia tanto para conseguir financiamento quanto para obter leitores e compradores. O jornalismo nesse momento representava uma

²⁰ No original: Alternative journalism, at least in its ideal form, is produced outside mainstream media institutions and networks. It 'can include the media of protest groups, dissidents, fringe political organisations, even fans and hobbyists' (Atton, 2004: 3). Much of the work of alternative journalism is concerned with representing the interests, views and needs of under-represented groups in society. As well as being homes for radical content, projects of alternative journalism also tend to be organized in non-mainstream ways, often non-hierarchically or collectively, and almost always on a non-commercial basis. They hope to be independent of the market and immune to institutionalization. Practitioners of alternative journalism also seek to redress what they consider an imbalance of media power in mainstream media, which results in the marginalization (at worst, the demonization) of certain social and cultural groups and movements.

reivindicação de autonomia enquanto produtor de conhecimento sobre o mundo. (ATTON; HAMILTON, 2008, p. 13, tradução nossa).²¹

O jornalismo burguês (que, portanto, surgiu como um fazer alternativo e se transformou no modelo dominante que conhecemos hoje) permitiu o distanciamento de uma produção mais antiga (informativos de ordem real/religiosa), questionando e combatendo sua autoridade. Consolidou-se em oposição a esse padrão dominante anterior, através do exercício de uma nova forma de obtenção de conhecimento (empiricista), da criação de códigos e regras de validação (como os conceitos de fonte, imparcialidade, verdade etc.) e de novos modelos de escrita (como formas populares de ensaios e comentários). Esse modelo de produção de conhecimento, alternativo para o que existia na época, foi, desse modo, apresentando-se como uma nova forma de narrativa de mundo, plausível e oficial. Gradualmente, transformou-se em fonte aceitável de informação e, em meados do século XVIII, já era tido como peça-chave para o debate público na Europa e em suas colônias, empregando as regras necessárias (estabelecidas por ele mesmo) para ser considerado legítimo. Intimamente ligada ao sistema capitalista e imperialista emergente, essa invenção europeia foi exportada, mais tarde, para outros países. Atton e Hamilton (2008) sublinham os modos dessa expansão.

Em meados do século XVIII, o jornalismo burguês já havia se consolidado como espaço importante para o debate público nos países europeus e também em suas colônias, sendo empregado por todos os lados, que procuravam ser considerados legítimos. Esses lugares foram, na verdade, restringidos com barreiras de classes, propriedade, raça, gênero e outras peneiras sociais pelas quais passavam apenas aqueles considerados capazes ou dignos de tal participação. Tais restrições ajudam a explicar o ajuste do jornalismo à expansão colonial europeia. (ATTON; HAMILTON, 2008, p. 17, tradução nossa).²²

²¹ No original: Indeed, the emergence of journalism is intimately tied to the emergence of capitalism and the class it both relied on for financing and catered to as readers and buyers. Journalism at this time represented a new kind of authoritative claim to knowledge about the world.

²² No original: By the mid-eighteenth century, bourgeois journalism was firmly in place as the 'coin of the realm' for public debate in European countries and colonies, one that was employed by all sides that sought to be deemed 'legitimate'. And yet these sides were decidedly one-sided, with barriers of class, property, race, gender and others sifting from societies only those deemed capable or worthy of such participation. Such restrictions help explain the fit of journalism with European colonial expansion.

Apesar de, mesmo em meio a lutas políticas e sociais, o jornalismo burguês não ter sido fortemente “desafiado” até então, no século XX, contudo, (mais precisamente a partir dos anos 20), sua aceitação passou a ser questionada em meio à consolidação do Modernismo. As bases empiristas, herdadas de John Locke passaram a ser refutadas a partir de novas ideias, vindas, principalmente, de trabalhos como os de Darwin, Marx e Freud, que relativizavam conceitos duros, a partir de estudos absolutamente inovadores sobre a evolução humana, a sociedade e o subconsciente. Além disso, a crescente especialização e capitalização do jornalismo àquela altura instigaram o aparecimento de uma resistência a esse modelo comercial.

Tais críticas fazem parte de uma análise mais politizada não apenas do empirismo e da objetividade, mas também da profissionalização. Burocracias comerciais foram vistas, cada vez mais, como uma espécie de dívida com os interesses dos anunciantes e, desta forma, com a elite social e política. Portanto, o jornalismo, deste ponto de vista, não poderia responder a toda a gama de preocupação dos leitores. (ATTON; HAMILTON, 2008, p. 26, tradução nossa).²³

Essa oposição pode ser reconhecida, ainda nas palavras de Atton e Hamilton (2008), como próxima da ideia de jornalismo alternativo que encontramos hoje (apesar de o termo ainda não ter sido utilizado àquela altura).

A trajetória histórica do “jornalismo alternativo” pode ser melhor entendida como um desafio e uma resposta contínuos às práticas dominantes. Quando o dominante muda, o alternativo, que o desafiou, também se transforma. No século XX, a proliferação de diferentes formas de escrita e também de organização da produção e distribuição desse jornalismo alternativo que conhecemos hoje, emergiu de um desafio mais profundo às bases do jornalismo em si. (ATTON; HAMILTON, 2008, p. 34, tradução nossa).²⁴

²³ No original: Such criticisms were part of a more politicized critique not only of empiricism and objectivity, but of professionalization. Hierarchical, commercial bureaucracies were seen increasingly as beholden to the interests of their advertisers and, through them, to the social and political elite, and thus as unresponsive to the full range of concerns of readers.

²⁴ No original: The historical trajectory of ‘alternative journalism’ can be best understood as a continual response and challenge to dominant practices. As the dominant has changed, the alternative that challenges it has changed as well. The twentieth-century proliferation of different ways of writing and of organizing the production and distribution of alternative journalism so apparent today emerged from a deep and fundamental challenge to the very bases of journalism itself.

De toda forma, o desenvolvimento do jornalismo alternativo, para nós, se referiu não apenas a movimentos de oposição política, social, cultural e econômica. Concordamos com os autores no seguinte sentido:

O jornalismo alternativo esteve ligado também a denúncias de que o jornalismo burguês e suas formas de produção aceitas estavam sob suspeita. Com o crescimento de tais questionamentos, cada vez menos o jornalismo burguês – enquanto opinião individual e relato empírico consensual – poderia ser considerado neutro, natural ou de “senso comum”. (ATTON; HAMILTON, 2008, p. 25, tradução nossa)²⁵.

Tanto o jornalismo burguês, e suas variáveis ao longo do tempo, quanto o jornalismo de oposição a ele se espalharam pelo mundo, conforme vimos. No contexto brasileiro, Bernardo Kucinski (1991) e Rivaldo Chinem (1995) ressaltam características básicas do jornalismo alternativo, como o não-alinhamento ao estado e a crítica ao *modus operandi* da grande mídia, principalmente no seu caráter mercadológico e amplamente atrelado aos interesses ideológicos e políticos das classes dominantes.

Segundo Chinem (1995), os veículos da imprensa alternativa brasileiros refutam os interesses ou tendências políticas dominantes e tentam propor outros moldes “não apenas de notícia, mas de mercado, de postura, de organização acionária, a sonhada empreitada do jornal de jornalista.” (CHINEM, 1995, p.8). Para ele, trata-se do “meio onde a informação não é tratada como mercadoria e os critérios culturais e informativos prevalecem sobre os comerciais, difundindo a verdade acima de tudo.” (CHINEM, 1995 p.84-87).

As iniciativas de resistência neste âmbito em nosso país também não são de hoje. Segundo Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca (2008), no livro *História da Imprensa no Brasil*, foi já durante o Império que os alternativos surgiram pelos lados de cá. O primeiro deles, o *Correio Braziliense*, foi criado no dia 1º de junho de 1808, pelo brasileiro Hipólito José da Costa, exilado em

²⁵ No original: The development of alternative journalism thus came to refer not only to oppositional political, social, cultural and economic movements, but also to claims that bourgeois journalism and the accepted procedures and forms it relies upon were also increasingly suspect. In the wake of such challenges, less and less often could bourgeois journalism – as individual opinion and consensual empirical account – be considered as neutral, natural and ‘common-sense’

Londres. O periódico, feito no exterior e enviado para o Brasil de navio, foi marcadamente uma oposição ao primeiro jornal do país, a *Gazeta do Rio de Janeiro* (controlado pela família real), e se empenhava em atacar “os defeitos da administração portuguesa em terras brasileiras”.

Kucinski (1991) cita dois momentos importantes para o jornalismo alternativo no país. São eles: o período da Regência, na década de 1830 (onde eclodiu produção de pasquins irreverentes e panfletários, com cerca de 50 títulos) e o período entre as décadas de 1880 e 1920 (com os jornais anarquistas de operários, com quase 400 títulos). Contudo, foi no Brasil dos anos 60 e 70 que a imprensa alternativa teria se desenvolvido de forma mais contundente. Ainda segundo Kucinski:

A imprensa alternativa dos anos 1970 pode ser vista, no seu conjunto, como sucessora da imprensa panfletária dos pasquins e da imprensa anarquista, na função social de criação de um espaço público reflexo, contra-hegemônico, especialmente no seu apogeu, durante o triênio 1975-1977, quando a circulação simultânea de oito grandes veículos atingiu até 160 mil exemplares por semana. (KUCINSKI, 1991, p. 21).

Kucinski dedicou boa parte dos seus estudos ao jornalismo alternativo durante o período da ditadura militar no Brasil. Segundo ele, esse foi um dos momentos mais marcantes e de maior impacto para a consolidação desse tipo de prática no país. Para o autor, que também participou como jornalista de alguns periódicos dessa linha, os jornais alternativos dessa época²⁶ não aceitavam a complacência da grande imprensa para com a ditadura militar, denunciando as violações dos direitos humanos e criticando o modelo econômico vigente. Por isso mesmo, esses veículos eram tratados com agressividade pelo aparelho militar brasileiro, que os perseguia e os submetia a um regime de censura prévia²⁷.

²⁶ Podemos citar como exemplos: “*O Pasquim*”, lançado em 1969, o “*Opinião*” (1972), “*Movimento*” (1975), “*Pif Paf*” (1964), “*Bondinho*” (1970), “*Versus*” (1974), “*De fato*” (1975), “*Coojornal*” (1975) e “*Extra*” (1984).

²⁷ Segundo Paolo Marconi (1980), o governo militar reforçava a violência da repressão a cada nova manifestação contrária da parte dos civis. De acordo com essa lógica, todas as pessoas que lidavam de alguma maneira com a opinião pública, de forma independente, como era o caso de muitos jornalistas, professores, intelectuais e artistas, viviam sob pressão. Tal característica, ainda segundo Marconi, não era exclusiva do regime brasileiro, mas das ditaduras, de um modo geral.

Apesar da riqueza desse fenômeno chamado por Kucinski (1991) de “ciclo alternativo”, poucos jornais sobreviveram:

Do universo levantado de cerca de 150 jornais, um em cada dois não chegava a completar um ano de existência. Apenas cerca de 25 jornais, nascidos de articulações mais densas, tiveram vida relativamente longa, de até cinco anos. Mas, apesar da grande variedade de propostas editoriais, soluções estéticas e diversidade temática, regional e ideológica, nenhum deles sobreviveu com seus traços originais ao regime autoritário que combateram e sob o qual nasceram. (KUCINSKI, 1991, p. 12).

Com o fim do período da ditadura, esses veículos alternativos foram, então, desaparecendo.

Não tinham porque sobreviver ao regime militar. Subjacente a esse raciocínio está um modelo reativo de imprensa alternativa parcialmente corroborado pelos fatos como um sistema termodinâmico no qual a cada aumento ou diminuição da pressão autoritária corresponderia um aumento ou diminuição da atividade. (KUCINSKI, 1991, p. 12).

Além disso, a abertura da grande imprensa se fez com a apropriação de temas até então exclusivos da imprensa alternativa e, inclusive, recontratando muitos de seus jornalistas.

A retomada da atividade política clássica, no âmbito dos partidos e de seus jornais, que após a decretação da anistia saíram da clandestinidade, esvaziou a imprensa alternativa de sua função de espaço de realização sociopolítica. (KUCINSKI, 1991, p. 15).

Apesar dessa realidade e da extinção dos jornais alternativos, a ditadura, entretanto, não foi a única razão de ser da imprensa alternativa. Nem poderia ela, sozinha, explicar a riqueza do fenômeno. Esse modelo, que se confrontaria com o sistema dominante muito mais no campo de uma contra-hegemonia ideológica, deixou marcas e lições ricas ao contexto atual. Pode-se dizer que essa base idealista serviu de modelo ou inspiração para um ressurgimento mais adiante.

O que se observa hoje é que o jornalismo alternativo ganha um novo espaço no Brasil. É com a internet que se potencializa a capacidade produtiva e de difusão segmentada dos veículos alternativos, barateando seus custos e,

portanto, criando novas possibilidades, em resposta ao impasses do jornalismo hegemônico. Para Carvalho (2014), um antigo problema para a mídia alternativa parece estar se resolvendo:

A internet permite um crescimento da audiência segmentada de modo a contribuir mais significativamente para formar opinião, ao mesmo tempo em que não necessita de grandes recursos para divulgação [...]. O principal trunfo dos novos veículos alternativos está na possibilidade de ser encontrado pelo seu público-alvo de forma rápida, fácil e gratuitamente, por meio do que Anderson (2006) chama de “mercado de nicho”. (CARVALHO, 2014, p. 6).

Assim, devemos considerar que a internet se tornou grande aliada do jornalismo alternativo. Ainda nas palavras de Carvalho (2014), essa relevância se dá:

[...] sobretudo no que diz respeito ao público mais jovem que está mais habituado à plataforma digital e que, em geral, é mais suscetível às novidades. Nesse sentido, o jornalismo alternativo pode se inserir socialmente como um considerável concorrente aos meios comerciais. (CARVALHO, 2014, p. 4).

Com este breve recorte histórico, fica claro para nós o caráter espiralar do jornalismo alternativo através do tempo, como aquele que, como constituinte do próprio fazer jornalístico, propõe uma corrente de resposta ao modelo dominante. Visões como as de Atton e Hamilton (2008) e de Kucisnski (1991) nos mostram como essa confrontação se dá tanto no terreno dos modos de produção quanto da narrativa, remodelando a atividade jornalística, suscitando questionamentos, abrindo caminhos e deixando novas ideias e legados.

3.3 – Questões do jornalismo alternativo na contemporaneidade

Como vimos, o jornalismo alternativo se configurou ao longo da história, a partir de um lugar intrínseco ao campo, como uma prática de resposta, de resistência ou de modulação daquilo que se afirma como o hegemônico. Voltando aos estudos de Atton e Hamilton (2008), podemos dizer que o jornalismo alternativo hoje mantém essa característica, trazendo como marca essencial uma insatisfação não só com a cobertura tradicional de determinadas

questões e temas, mas também com a epistemologia da produção noticiosa. Sua crítica enfatiza alternativas para, entre outras coisas, as convenções de fontes de notícias e representação; a pirâmide invertida de textos de notícias; a economia hierárquica e capitalizada do jornalismo comercial; a norma profissional da objetividade; e o papel subordinado do público como receptor.

Pode-se dizer, de modo geral, que o jornalismo alternativo na contemporaneidade, como parte lógica do campo, responde aos vetores de tensão do modelo dominante (ou do paradigma clássico do jornalismo), confrontando a estrutura midiática monopolizada que coloca o fazer jornalístico como mais uma atividade mercantil. Essa experiência não consiste somente na transmissão de conteúdos alternativos, mas também na apresentação de novas possibilidades de ambiências e narrativas.

É importante ressaltar desde já que o jornalismo alternativo não se faz somente através de uma relação binária e de oposição ao modelo predominante ou ao jornalismo tradicional e não é essa a ideia que buscamos trazer neste estudo. Por esse motivo, ressaltamos sua existência como parte constituinte do próprio campo. É preciso considerar, inclusive, que o modo de trabalho dos jornalistas alternativos, muitas vezes, é desenvolvido a partir de sua experiência na mídia dominante. Assim, diversas práticas de jornalismo alternativo não buscam uma total ruptura com o que é feito no jornalismo clássico, mas, sim, tratam de redefinir algumas de suas premissas e formatos:

Embora as mídias alternativas tenham encontrado formas de fazer jornalismo mais radicais – na medida em que marcam rupturas dramáticas das práticas existentes de jornalismo – seu trabalho pode recorrer também a formas (tais como jornalismo de tabloide) e métodos (como jornalismo investigativo) já existentes. (ATTON; HAMILTON. 2008, p. 4, tradução nossa)²⁸.

Atton e Hamilton (2008) frisam ainda a ideia de que as mídias alternativas não são tão livres de ideologias e práticas como, a princípio, pode-se imaginar.

²⁸ No original: Though alternative media have found ways of doing journalism that are radical to the extent that they mark dramatic ruptures from existing practices of journalism, their work may draw on existing forms (such as tabloid journalism) and methods (such as investigative journalism).

Enquanto alguns posicionamentos são específicos da produção noticiosa alternativa, algumas dificuldades são compartilhadas com aquelas vividas no meio tradicional, como explicaremos mais adiante.

Como vimos anteriormente, o modelo tradicional de jornalismo vive hoje uma “virada estrutural”, marcada pelas tecnologias da comunicação, destacando-se aqui a internet. O acesso mais rápido e fácil, a transformação de consumidores e fontes em produtores de notícias, o alargamento das possibilidades de reflexão sobre o conteúdo oferecido e também da resposta e do compartilhamento de materiais tencionam a centralidade do jornalismo quanto à seleção e oferecimento de conteúdo. No outro lado da moeda, o jornalismo alternativo busca lidar com essa virada, indicando um caminho diferente para a atividade jornalística, mais de acordo com o atual contexto tecnológico e com as mudanças trazidas por ele. O barateamento de custos de produção e publicação de conteúdos talvez seja o principal trunfo que possibilita ao jornalismo alternativo um espaço jamais visto.

Se, no meio tradicional, o jornalismo gera cada vez mais lacunas informativas e padronizações de conteúdo – em consequência dos seus altos custos de manutenção, da sua busca por audiências cada vez maiores e da sua natureza comercial, onde a centralização e a burocratização geram um repertório muitas vezes limitado em diversas plataformas de mídia – no meio alternativo o que se vê é a prevalência da diversificação. Por oferecer menores custos de produção e publicação, é possível que a internet possibilite ao jornalismo alternativo menos preocupação com o aspecto financeiro e mais flexibilidade para que seja colocada em prática uma função considerada primordial nesse meio: o preenchimento das espaços deixados pela grande mídia. Nesse sentido, o ambiente *online* pode tornar possível uma atuação que, segundo Oliveira (2009), valoriza:

[...] a reconstrução da esfera pública a partir dos valores da igualdade de oportunidades, da equidade, da democracia radical e da subordinação dos interesses econômico-privados aos interesses coletivos. Não se trata apenas e tão-somente de defesa dos valores da democracia institucional, mas de uma atitude radicalmente democrática, que passa pela abertura dos espaços midiáticos a todos os segmentos sociais,

rompendo com o cerco da agenda de fontes oficiais, pela plena referência na produção das informações no sujeito-cidadão e não no sujeito-consumidor. (OLIVEIRA. 2009, p. 6).

Além disso, o que os jornalistas alternativos na internet têm buscado é o estabelecimento de uma relação mais próxima com o seu público através das facilidades criadas pelo próprio canal – como maior possibilidade de interatividade e *feedback*, por exemplo – e, também, por meio da segmentação, que atrai públicos cada vez mais específicos.

Atton e Hamilton (2008) tentam mostrar que neste momento, enquanto a mídia tradicional se privilegiava com a “filtragem” dos fatos e com a escolha do que deve ser noticiado, o jornalismo alternativo busca aproveitar o empoderamento dos usuários quanto à possibilidade de avaliação e produção do conteúdo. A multiplicação de canais que tornou possível essa interação inverte, portanto, o papel dos consumidores de notícias, uma vez que eles deixam de ser vistos como audiência, tornando-se mais participativos; e o papel do jornalismo que, nos meios alternativos, abandona o ideal clássico mais centralizador, em função de um posicionamento mais plural e inclusivo.

O papel do jornalismo alternativo é recusar-se ao consenso estabelecido pelas estruturas hegemônicas, partindo do dissenso radical – radical, no sentido de pegar pela raiz, fundamentos e origens – construindo uma esfera pública alternativa à estabelecida. A importância do processo de produção tanto quanto ao produto final reside no fato da experiência de jornalismo alternativo não ser apenas uma transmissão de conteúdos alternativos, mas também a apresentação de novas possibilidades de ambiências. (OLIVEIRA. 2009, p. 7).

Para Atton e Hamilton (2008) essas novas possibilidades se apresentam num jornalismo que mistura, por exemplo, *hard news*, relatórios de testemunhas oculares e comentários de forma mais aberta.

Trata-se de um jornalismo que não depende da divisão entre produtor e consumidor; o jornalista alternativo é, ao mesmo tempo, repórter e ativista. [...] “estes repórteres podem ser pensados como um híbrido,

como 'producers'" (Bruns, 2006, n.p.). (ATTON; HAMILTON. 2008, p. 10, tradução nossa).²⁹

O jornalismo alternativo feito por profissionais, nesse contexto, caminha par e passo com aquele feito por amadores. Essa aproximação que por um lado parece libertadora, por outro causa preocupação. O rompimento dos limites produtivos coloca em risco a profissão do jornalista? Pelo que tem nos mostrado a prática, a questão é mais complexa e o fim da profissão não é uma ameaça. Segundo Atton e Hamilton (2008), os consumidores de informação normalmente diferenciam as produções de jornalistas e amadores. A relação profissional dos jornalistas com a notícia é valorizada, bem como a dedicação para a apuração dos fatos, o domínio da técnica (mesmo que para subvertê-la) e, normalmente, o fato de essas pessoas serem remuneradas para o trabalho.

Os autores destacam ainda o valor da formação e do treinamento em jornalismo, que tem sido reconhecido por muitos projetos de mídia alternativa e jornalistas. Eles citam alguns exemplos na América do Norte e na Europa:

Os estilos de escrita em publicações norte-americanas, como a *CovertAction Quarterly* e a Revista *Z*, assemelham-se fortemente aos encontrados no jornalismo investigativo de dentro do *mainstream*. Na década de 1990, a *Undercurrents* ofereceu treinamento de câmara de vídeo para ativistas. Ao mesmo tempo, o jornal político alternativo britânico *Squall* foi composto por ativistas que recebiam treinamento em jornalismo durante a noite. Alguns de seus repórteres e fotógrafos produziram um trabalho tão de acordo com as normas profissionais, que continuaram sendo publicados em veículos regulares (como o trabalho do Gibby Zobel no *Big Issue* e no *The Guardian*). (ATTON; HAMILTON. 2008, p. 30, tradução nossa).³⁰

²⁹ No original: It is a journalism that does not depend on the division between producer and consumer; the alternative journalist is both reporter and activist. (...) these reporters may be thought of as a hybrid, as 'producers' (Bruns, 2006: n.p.).

³⁰ No original: The writing styles in US publications such as *CovertAction Quarterly* and *Z Magazine* strongly resemble those found in investigative journalism within the mainstream. In the 1990s, *Undercurrents* offered camcorder training to activists and strove to produce broadcast-quality footage. At the same time, British alternative political newspaper *Squall* was staffed by activists who had or were undergoing journalism training (say, at night classes) and some of their reporters and photographers produced work that has accorded so well with professional standards that it has been published in more mainstream publications (such as Gibby Zobel's work in the *Big Issue* and the *Guardian*).

Num artigo intitulado *A promessa do jornalismo digital independente*, publicado no site *Observatório da Imprensa*³¹, o gerente de Relações Externas do Banco Mundial para a América Latina e o Caribe, Sergio Jellinek, ressalta iniciativas de profissionais que têm se destacado como um caminho cada vez mais viável e respeitado. Segundo ele:

O *Huffington Post*, nos Estados Unidos, o *MediaPart* na França, o *Animal Político* no México, *La Silla Vacía* na Colômbia ou *El Faro* em El Salvador, para citar apenas alguns exemplos, conseguiram criar uma percepção de que o jornalismo digital pode ser tão profissional quanto o outro jornalismo, e possivelmente mais viável em termos econômicos. Esses veículos também parecem ser capazes de estabelecer uma comunicação com públicos mais jovens, que há muito tempo deixaram para trás a leitura dos meios escritos em papel. (JELLINEK, 2014).

Como vemos, a abertura a um público cada vez mais participativo não parece ser tida como uma ameaça à produção jornalística como um todo. Por outro lado, esse caráter inclusivo, geralmente libertário e progressista assumido pelo jornalismo alternativo deve ser visto com cautela. Ao mesmo tempo em que essas características são consideradas pilares importantes da sua constituição, é preciso que nesses meios haja uma preocupação com o equilíbrio de vozes, para que não se instale uma nova hierarquia, oposta àquela denunciada como predominante no jornalismo tradicional. Atton e Hamilton (2008) destacam essa necessidade. Segundo eles, para atingir o equilíbrio social defendido, os ativistas de jornalismo alternativo devem estar atentos para que não acabem por criar uma relação de privilégio com o “cidadão comum” ou com as minorias, deixando de lado vozes oficiais ou de grupos considerados de elite (as vozes dominantes na grande mídia).

Ainda segundo os autores, mesmo que as pautas priorizem as lacunas deixadas pelo *mainstream*, na tentativa de balancear a cobertura, é preciso cuidado para que, nessa escolha, os veículos alternativos não acabem priorizando seus próprios fins ideológicos. Tentamos dizer, com isso, que é preciso atenção permanente desses meios para que, na tentativa de dar mais

³¹ Por Sergio Jellinek em 17/06/2014 na edição 803. Disponível em http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensaemquestao/ed803_a_promessa_do_jornalismo_digital_independente/

voz àqueles considerados à margem da pauta no *mainstream*, não acabem enviesando a cobertura a favor dos seus ideais, desequilibrando o próprio discurso.

Neste momento, fica evidente que a questão da confiabilidade e da credibilidade do jornalismo alternativo é tão complexa quanto aquela enfrentada pelos meios tradicionais. Se, por um lado, alguns pilares da grande mídia são combatidos, por outro, devem ser reformulados nos meios alternativos – como é o caso do ideal de imparcialidade.

Além de uma torção no papel dos consumidores de notícias, que deixam de ser vistos apenas como audiência, tornando-se mais participativos, há, hoje, uma nova relação das pessoas em geral com o universo midiático e, portanto, um novo entendimento crítico do seu funcionamento. Como vimos no capítulo anterior, há, na contemporaneidade, muito mais do que uma influência tecnológica na veiculação ou no consumo de informações. A relação do homem com o mundo se reconfigura de modo complexo pela tecnologia e pelo mercado. Neste contexto, gradativamente, o campo midiático passa a ser visto como uma ambiência, e não apenas como uma ferramenta ou uma técnica.

Diante dessa realidade, a questão da transformação dos consumidores de notícia em produtores precisa ser vista sob outro aspecto. Conforme Ciro Marcondes Filho (2009) e Graeme Turner (2010), uma nova lógica passa a circundar as práticas jornalísticas. Uma vez capazes de criar conteúdo, esses novos consumidores/produtores também são mais capazes de entender o funcionamento do fazer jornalístico e, conseqüentemente, de questioná-lo.

O jornalismo alternativo aposta, nesse momento, no que considera ser um maior compromisso com o interesse público, por meio da diversificação do repertório apresentado nos meios tradicionais; de uma insubordinação a interesses econômicos/comerciais; da igualdade representativa; e de uma maior abertura à produção de amadores. Contudo, essa nova proposta não garante que o jornalismo alternativo esteja livre de questionamentos. Há muitos pontos

referentes à credibilidade e à confiabilidade do jornalismo alternativo, que devemos discutir. Um dos mais importantes diz respeito ao modo como ativistas desta esfera conseguem conquistar espaço e valor entre os consumidores de notícias.

Pesquisas com o público seriam um bom caminho para nos mostrar como os consumidores se comportam. Porém, ainda são poucas as medições neste sentido, segundo Atton e Hamilton (2008). Esses autores utilizaram uma rica pesquisa sobre blogs, mais especificamente de jornalistas blogueiros, durante a guerra no Iraque, para tentar traçar esse perfil³². De modo geral, os autores concluíram que os profissionais tendem a evitar os padrões estabelecidos de objetividade e imparcialidade, preferindo um estilo mais voltado ao relato de testemunha ocular. Isso quer dizer que os jornalistas profissionais tendem a escrever a partir da experiência pessoal direta, enfatizando sua independência de possíveis constrangimentos organizacionais e administrativos.

A ressonância desses aspectos junto aos leitores também foi analisada na pesquisa. Os métodos dos blogueiros foram considerados mais transparentes, uma vez que os jornalistas não pareceram usar sua autoridade profissional para apresentar uma visão definitiva dos fatos, mas relatam suas experiências como testemunhas. Os leitores também não classificaram os blogs como donos de uma verdade absoluta. Eles entendem esses trabalhos como um conjunto de relatos feitos a partir de diferentes perspectivas. Além disso, eles puderam participar na construção desses relatos, fazendo perguntas e sugerindo *leads*, servindo como “editores”.

Segundo Atton e Hamilton (2008), práticas jornalísticas como essas refutam o conceito de objetividade tão caro ao paradigma clássico, uma vez que não separam fatos de valores.

³² Disponível em http://ir.canterbury.ac.nz/bitstream/10092/698/1/12605986_mathesonallan2007truthinawarzone.pdf

Os blogs examinados [...] desafiam os pressupostos centrais da objetividade: de que é possível separar fatos de valores e de que é moral e politicamente preferível fazê-lo. [...] A Universidade de Glasgow [...] demonstrou como o jornalismo que se considera objetivo pode ser tão carregado de valor quanto as formas anteriores que buscavam substituir. (ATTON; HAMILTON, 2008, p.47-48, tradução nossa).³³

Segundo essa mesma pesquisa, escritores e leitores de blogs compartilham de uma experiência pessoal que é emblemática no jornalismo alternativo. Este “novo” caminho está menos preocupado com a questão do jornalista enquanto profissional e mais compromissado com uma relação aberta com seu público.

Para Atton e Hamilton (2008), se por um lado este tipo de jornalismo parece mais adequado quando utilizado para informar sobre questões de comunidades locais ou para apresentar narrativas pessoais de dentro de um grande evento (como um conflito), por outro ele oferece novas formas de se pensar a atividade, numa quebra de paradigmas:

Na cobertura diária, no *hard news*, jornalistas alternativos têm menos acesso a fontes e instituições de elite. A dependência de comentário e opinião os deixou vulneráveis a acusações de parcialidade e subjetividade. Contudo, subjetividade pode inspirar confiança, como já vimos. A mídia alternativa oferece novas maneiras de pensar e produzir o jornalismo, de se concentrar em que tipos de conhecimentos são produzidos, e de sugerir como leitores e escritores podem se unir para dar sentido a eles. (ATTON; HAMILTON, 2008, p.49, tradução nossa).³⁴

Como se vê, há uma forte dimensão ética que permeia o jornalismo alternativo. Trata-se de um posicionamento frente à atual conjuntura existente e que tenciona o paradigma clássico, mas não apenas em um sentido de combate ou oposição. Os jornalistas alternativos propõem, assim, o caminho que

³³ No original: The blogs examined [...] challenge the central assumptions of objectivity: that it is possible to separate facts from values and that it is morally and politically preferable to do so. [...] The Glasgow University Media Group [...] has demonstrated how journalism that considers itself objective can be just as value-laden as the earlier forms it sought to replace.

³⁴ No original: In reporting hard news, alternative journalists have less access to elite sources and institutions. The reliance on comment and opinion has left them open to charges of bias and subjectivity, but subjectivity can inspire trust, as we have seen. Alternative media offer new ways of thinking about and producing journalism, focus on what kinds of knowledge are produced, and suggest how readers and writers may come together to make sense of them.

consideram mais viável para a manutenção da atividade, nos dias atuais. Além disso, e principalmente, buscam se adequar à sociedade midiaticizada e aos seus modos de interação.

O jornalismo alternativo também combate a dependência de verbas publicitárias ou governamentais, em prol da liberdade de posicionamento. De modo geral, trata-se de veículos sem fins lucrativos, que recusam a dependência do dinheiro obtido por meio de propaganda ou publicidade, além de rejeitar a noção de influência corporativa, uma vez que, na maioria dos casos, os trabalhadores desses veículos se organizam de modo mais democrático e horizontal. Dissemos “de modo geral” pois a questão econômica para o jornalismo alternativo é complexa e não nos parece resolvida. Muito ao contrário. Um dos grandes nós do jornalismo alternativo é a sua sobrevivência econômica. Pagar repórteres, custear as rotinas de produção e financiar investigações são obrigações que trazem uma conta cara e, muitas vezes, difícil de quitar.

Alguns veículos alternativos como revistas, jornais impressos e até mesmo sites, cobram para que os seus leitores tenham acesso ao conteúdo. Na maioria dos casos, o valor recebido não é suficiente. Para sobreviver, então, diversos deles aceitam as verbas de outras empresas ou do governo, por meio de venda de espaço publicitário ou de propaganda. Uns, apenas daquelas que provenham de instituições e empresas com as quais haja um diálogo ético. Outros, diversificando ao máximo as vendas e diminuindo o dinheiro recebido de cada uma delas, a fim de evitar uma possível dependência.

Fato é que o jornalismo de proposta alternativa que se utiliza de formas tradicionais de financiamento é alvo de críticas no seu próprio meio. Uma das saídas mais frequentes encontradas hoje é o financiamento colaborativo, ou *crowdfunding*. Trata-se de uma modalidade de investimento onde várias pessoas podem investir pequenas quantias de dinheiro numa ideia ou negócio, geralmente via internet. O *crowdfunding* é utilizado para qualquer tipo de

mercado e, por se basear na vontade das pessoas em ajudar uma iniciativa a sair do papel, ele tem sido uma fonte recorrente ao jornalismo alternativo.³⁵

Existem alguns dilemas em torno desse tipo de financiamento. Primeiro, os jornalistas precisam conquistar o interesse do público. Para isso, é preciso abrir a pauta de antemão. Para o jornalismo investigativo, por exemplo, essa prática, muitas vezes, é inviável, pela própria natureza do trabalho. Outra questão está ligada à confiança do público, que pode suspeitar de projetos desconhecidos ou mesmo da plataforma de arrecadação. O terceiro ponto diz respeito ao próprio funcionamento desse sistema. Dificilmente um veículo alternativo poderia sobreviver contando apenas com o apoio do *crowdfunding*. Não há garantias de que as reportagens conseguirão financiamento. Além disso, cada novo projeto representa, neste sentido, uma nova batalha em busca de verbas.

Numa publicação do grupo Rede de Jornalistas Internacionais, intitulada *Mais fontes de receitas alternativas para organizações digitais de notícias*³⁶, o consultor em jornalismo *online*, James Breiner, codiretor do *Global Business Journalism Program*, na Universidade Tsinghua, diz que, neste meio, é preciso muita criatividade para encontrar fontes de receita, e sugere algumas possibilidades. Segundo ele, os jornalistas de veículos alternativos podem vender serviços como consultorias para desenvolvimentos de mídia alternativa. Palestras e seminários também podem render lucros. Uma segunda possibilidade seria a venda direta de produtos, como livros autorais, música e mesmo produções artísticas. Em terceiro lugar, Breiner propõe a promoção de

³⁵ O modo de arrecadação funciona através de sites desenvolvidos para esse fim. Geralmente, os jornalistas apresentam uma ideia de reportagem ao público, explicando como ela deverá ser realizada e de que verba o trabalho depende. As pessoas que decidem contribuir depositam a quantia que desejam. Caso o projeto consiga o financiamento, o site que divulgou a iniciativa recebe, em geral, uma comissão de cerca 5% do valor arrecadado. Caso contrário, o dinheiro não é liberado e volta ao bolso dos colaboradores.

³⁶ Disponível em: <https://ijnet.org/pt-br/blog/mais-fontes-de-receitas-alternativas-para-organizacoes-digitais-de-noticias>

conferências e de eventos de aproximação com público para facilitar o apoio financeiro e arrecadar verba.

Todas essas iniciativas, e até mesmo outras que podem ser criadas nessa linha, trazem, de fato, uma chance de liberação de possíveis amarras comerciais. Isso não quer dizer, contudo, que seja simples colocá-las em prática. É preciso muita estrutura e organização para que as ferramentas tragam retorno. Uma das propostas que mais nos chamou a atenção, contudo, diz respeito aos fundos internacionais de investimento. Em entrevista à revista Fórum³⁷, de outubro de 2013, Ying Chan, membro do Centro de Jornalismo e Meios da Universidade de Hong Kong, diz acreditar que o ponto de partida é “pensar diferente”. Segundo ela, é necessário pensar em fundações de financiamento globais que garantam o dinheiro necessário para o fortalecimento de um jornalismo que contribua para enfrentar a corrupção e colaborar com a democracia. Assim, seria preciso hoje discutir a questão do jornalismo como um direito humano básico.³⁸

A demanda financeira, portanto, como vemos, é central e muito desafiadora ao jornalismo alternativo, fazendo parte da sua luta encontrar caminhos à esta questão. A complexidade deste desafio revela que suas nuances vão muito além do próprio sustento, apenas. Segundo Oliveira (2009), num contexto mercadológico em que a mídia tradicional existe como um elemento fundamental na construção de valores favoráveis a interesses particulares, homogêneos pela ideologia capitalista, as práticas de jornalismo alternativo rejeitam e desafiam a política estabelecida.

O dissenso estabelecido pelo jornalismo alternativo reside, principalmente, na recusa ao consenso da ideia da transfiguração do sujeito/cidadão em consumidor. Esta unicidade, porém, não significa

37 Disponível em: <http://www.revistaforum.com.br/blog/2013/10/o-melhor-jornalismo-e-digital-e-independente/>

38 Com uma visão análoga a essa, algumas fundações nacionais e internacionais oferecem apoio a projetos de jornalismo alternativo e representam, em alguns casos, fonte de boa parte do sustento da atividade. Como exemplo, podemos citar a fundação Ford que, com sede em Nova Iorque, promove democracia e a redução da pobreza em diversos países. No Brasil, trabalha nas linhas de direitos humanos, e financia programas de Direito e Acesso à Mídia.

uma unidade de concepção no sentido de um projeto político-ideológico único, mas sim na ideia de uma recusa ao hegemônico. [...] Por isso, o fazer do jornalismo alternativo, mais do que um compromisso com os fundamentos estéticos, metodológicos e técnicos da atividade, é justamente uma postura de ativismo iconoclasta, dado pelo incômodo, pela busca do novo, pela crença na possibilidade de um outro mundo, de que um outro mundo é possível”. (OLIVEIRA, 2009, p.7-8)

A meta geral do jornalismo alternativo parece, ao nosso ver, a de uma remodelação conceitual, prática e também paradigmática. Entendemos que, a partir dessa confrontação da estrutura midiática onde fazer jornalístico é tido como mais uma atividade mercantil, o jornalismo alternativo busca, de modo geral, não somente transmitir conteúdos alternativos, mas também apresentar novas possibilidades de narrativas e de interação com o público.

No próximo capítulo, nos dedicaremos à análise dos sites brasileiros *Agência Pública* e *Ponte*, cuja proposta parece se enquadrar no que compreendemos como jornalismo alternativo, a fim de compreender o funcionamento desses veículos em meio *online*, hoje, no país. Nosso trabalho deverá, então, discutir o quadro de mudanças do jornalismo, as definições e as caracterizações do jornalismo alternativo a partir do conteúdo produzido pelos objetos escolhidos, mostrando no que ambos os sites mais se aproximam, ou mesmo se afastam, do conceito geral que apresentamos ao longo das últimas páginas.

4 – JORNALISMO ALTERNATIVO DIGITAL CONTEMPORÂNEO

4.1 – Configurações produtivas e epistemológicas

Vimos até agora que, desde que surgiu, atrelado à ascensão da burguesia, o jornalismo alternativo se coloca como aquele que, a partir próprio campo, busca responder ao que se considera como o hegemônico, através de uma prática de resistência ou mesmo modulação. Não se trata, portanto, de uma total ruptura com o modelo tradicional, mas de uma redefinição de premissas e formatos. Tal movimento, conforme estudamos nos capítulos anteriores, deu-se, até o momento e se levadas em conta as diferenças históricas intrínsecas, numa trajetória que pode ser considerada espiralar, que dá voltas em torno de um ponto, mas do qual também se afasta pouco a pouco. Essa consideração se dá com base em nossas observações sobre o percurso do jornalismo burguês, que deixou de ser alternativo ao padrão dominante anterior (informativos de ordem real/religiosa) para ocupar um lugar central enquanto fazer noticioso sendo, atualmente, contestado por outros modelos periféricos. Como esses modelos, hoje periféricos, se colocarão no futuro, contudo, ainda é uma questão que não se pode responder.

No caso contemporâneo, a configuração do jornalismo alternativo se dá no sentido de uma insatisfação com o que se chama de grande mídia, ou ao modo como a imprensa se conformou, a partir do século XIX, com a industrialização e com o desenvolvimento da publicidade como uma nova forma de financiamento. Há um questionamento comum a respeito de seus processos informativos e mesmo epistemológicos, levando-se em consideração as exigências de uma sociedade complexa e mediatizada. Sua crítica enfatiza um desagrado geral quanto a questões centrais do jornalismo tradicional, como temas abordados e modos de enfoque, modelos narrativos, papel do público como receptor e condição mercadológica.

Para se afirmar ou se contrapor ao modelo dominante atual, numa remodelação conceitual, prática e também paradigmática do jornalismo hegemônico, os jornalismo alternativos que emergem no século XXI buscam, pelo que analisamos até o momento, propor outros critérios informativos. Há um

forte engajamento em relação ao um compromisso com o interesse público dos temas abordados e uma busca contínua pela independência financeira, ou pelo não alinhamento às instituições de mercado que representam hoje, na política neoliberal, a grande instância de poder.

Os modos e colocações do jornalismo alternativo na atualidade devem ser apreendidos por meio da lógica dos vetores de tensão que elencamos no primeiro capítulo desta dissertação. Na condição de polifonia em que as mídias se encontram, as relações econômicas, sociais, culturais e tecnológicas trazem um modo complexificado de prismação do real, de construção de sentidos. Nesse contexto, o jornalismo é convidado a uma reconfiguração de seus processos produtivos e epistemológicos.

Assim, o jornalismo alternativo contemporâneo nos parece dialogar diretamente com esses eixos que tencionam o campo. Conforme estudamos, os vetores de tensão (tecnológico, social, epistemológico e econômico) se entrecruzam e influenciam. Nesse contexto, as esferas da tecnologia e da sociabilidade se colocam como importantes portas de entrada para um início de investigação a respeito do jornalismo alternativo atual. Por esse motivo, a internet é considerada por nós como um lugar primordial de estudos a esse respeito.

Acreditamos que os desafios que a rede digital abriga em si mesma devem nos possibilitar uma observação clara sobre questões que perpassam os vetores de tensão que elencamos, como por exemplo a midiatização (ou a mídia e seu atual enredamento no tecido social); a interatividade que recompõe o lugar de leitores e produtores de conteúdo informativo; as possibilidades financeiras de manutenção; os formatos narrativos etc., numa perspectiva tecnológica, social e discursiva. A multiplicidade de vozes, inclusive, também é uma forte marca da internet, que abre caminho para uma pluralidade de versões, perspectivas e olhares. Nesse sentido, a proliferação de sites de conteúdo informativo alternativo se tornou um desafio para nossa análise, uma vez que não é possível cercar toda a produção na internet.

Atualmente, no Brasil, alguns empreendimentos desse tipo ganham cada vez mais visibilidade. Como exemplo, podemos citar o caso do coletivo *Mídia Ninja* (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação), que ficou mundialmente conhecido pela transmissão dos protestos populares no país, em 2013, a partir de um modelo declaradamente ativista e alternativo à imprensa tradicional. Há também o caso da revista *Fórum*, que depois de 12 anos sendo feita em versão impressa, migrou para a internet em 2014, mantendo o foco principal nos movimentos sociais no país. O *Observatório da Imprensa* é considerado, nesse contexto da produção alternativa, um dos sites mais conhecidos. Possui programas de rádio e TV, voltados para a análise da atuação dos meios de comunicação no Brasil, desde 1996. Criado por Alberto Dines, hoje é financiado pela fundação Ford e se apresenta como uma entidade civil não governamental, não corporativa e apartidária.

Há muitos outros exemplos de empreendimentos autointitulados como alternativos no país. Trata-se de uma vasta gama de trabalhos com diferentes apresentações, formatos e temas, que vêm tornando o corpo desses projetos mais robusto ao longo dos anos. Contudo, para prosseguir nossos estudos sobre jornalismo alternativo no contexto atual da internet brasileira, e para a viabilidade da análise, limitamos a nossa pesquisa aos dois sites que citamos anteriormente: *Agência Pública (AP)* e *Ponte*. É sobre eles que falaremos, mais detalhadamente, nas próximas linhas.

4.2 - A proposta de jornalismo da *Agência Pública (AP)* e da *Ponte*

Ambos os veículos foram escolhidos, em meio a tantas propostas, para um estudo de caso sobre o *modus operandi* do jornalismo alternativo *online* no século XXI, levando-se em conta questões como a frequência de publicações, a variedade de pautas e a diversidade de modos narrativos.

Tanto a *AP* quanto a *Ponte* pregam a independência ideológica, o direito à informação e ao debate democrático, além da promoção dos direitos humanos; ambos os sites buscam trazer, a partir de uma insatisfação com a cobertura tradicional, uma opção frente ao discurso dominante; são envolvidos com a

representação de interesses e visões de grupos socialmente pouco representados; buscam se manter imunes à institucionalização (prezando por uma organização horizontal dos colaboradores, e não hierárquica) e procuram apresentar novas possibilidades narrativas. Além desse amplo espectro de características, que nos já faz crer na riqueza dos objetos escolhidos, é preciso dizer que ambos os sites possuem uma postura crítica da grande mídia, porém, não simplesmente binária. A *AP* e a *Ponte* contam com profissionais com experiência em veículos tradicionais e que não deixam de lado todo o conhecimento adquirido neste mercado. Ao contrário, essa experiência se torna importante no julgamento das premissas e dos formatos que devem ser mantidos ou criticados e reformulados.

Adiante, a partir de uma análise geral da apresentação de ambos os veículos, tentaremos entender como *Agência Pública* e *Ponte* se colocam como alternativos.

4.2.1 - Agência Pública (AP)

No caso da *Agência Pública*, o nome do coletivo já traduz a sua proposta geral de trabalho. Trata-se de um ideal que é confirmado na seção “quem somos”, onde o grupo se apresenta como uma agência independente de jornalismo investigativo que produz reportagens de interesse público. O objetivo geral é o de:

[...] produzir reportagens de fôlego pautadas pelo interesse público, sobre as grandes questões do país do ponto de vista da população – visando ao fortalecimento do direito à informação, à qualificação do debate democrático e à promoção dos direitos humanos. (APÚBLICA, 2015)

O logotipo utilizado, onde uma caixa de texto em estilo de história em quadrinhos salta da palavra “pública”, com a frase: “Agência de reportagem e jornalismo investigativo”, também pode ser compreendido sob esse prisma. Parece-nos clara a ideia de que é o interesse público quem fala, quem determina o trabalho da equipe. Fica evidente, na imagem, que é através da reportagem e do jornalismo investigativo que a agência deve concretizar essa temática.

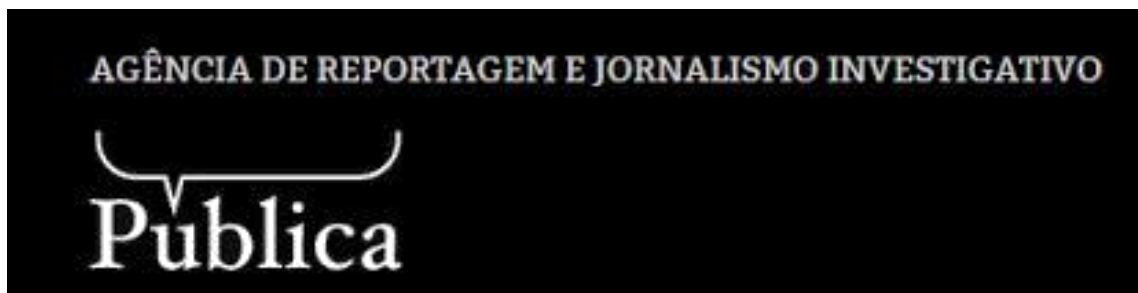


Figura 1 – Logotipo da *Agência Pública*. Fonte: Site da Agência.

O site, com sede na cidade de São Paulo, foi fundado em 2011, por pessoas que desejavam apostar num modelo de jornalismo sem fins lucrativos, que mantivesse a liberdade editorial e a independência econômica das instituições de mercado.

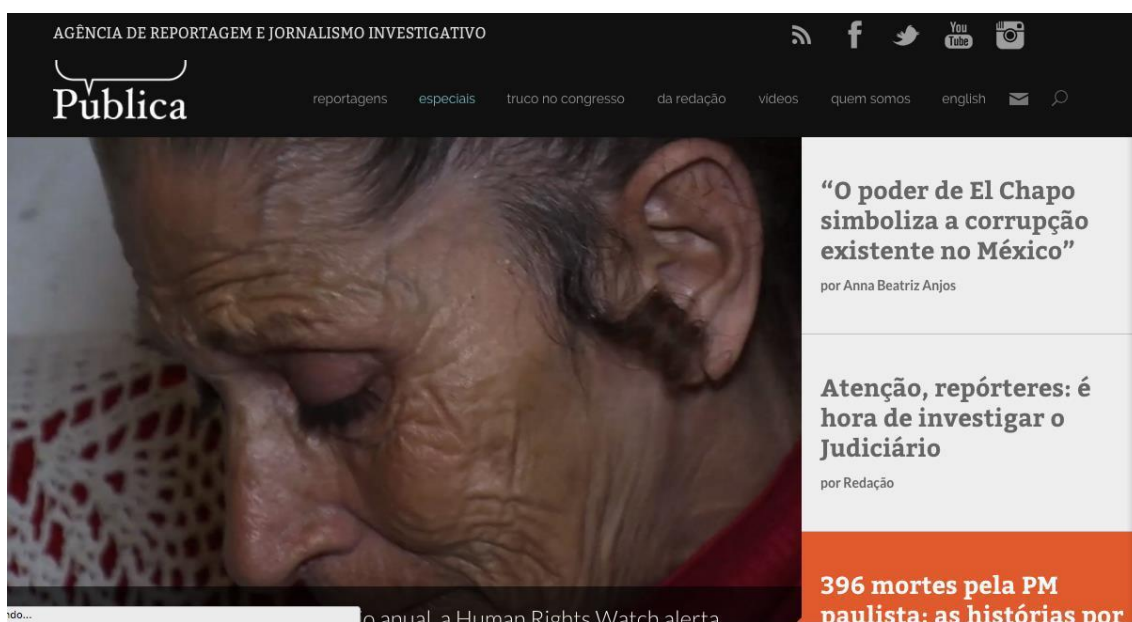


Figura 2 – Site da *Agência Pública*. Fonte: Site da Agência.

Atualmente, a AP é formada por uma equipe de onze pessoas, nas áreas de reportagem e administração, além de um conselho consultivo que conta com oito colaboradores. As múltiplas experiências profissionais são valorizadas na escolha dos membros. A diretora do grupo, Marina Amaral, por exemplo, trabalhou em veículos como *Folha de S. Paulo*, *Jornal da Tarde*, *TV Cultura* e nas revistas *Globo Rural* e *Caros Amigos*. Recebeu dois prêmios Vladimir

Herzog. No conselho consultivo, estão nomes como os de Eliane Brum e Ricardo Kotscho.

As reportagens feitas podem ser reproduzidas por uma rede de veículos, sob a licença da *creative commons*³⁹ desde que sigam as regras para republicação dos conteúdos, como, por exemplo, a manutenção dos créditos de jornalistas e da agência e proibição de venda das reportagens produzidas. Todo o conteúdo é disponibilizado gratuitamente no site da organização.

De acordo com o grupo, todas as reportagens têm como princípio a defesa intransigente dos direitos humanos, sendo alguns de seus principais eixos investigativos: “os impactos dos megaeventos esportivos”; “tortura e violência dos agentes do Estado”; “megainvestimentos na Amazônia”; “crise urbana” e “empresas e violações de direitos humanos” (APÚBLICA 2015). O coletivo acredita, ainda, na “profissionalização”. Segundo os seus colaboradores, a *Agência Pública* busca promover o jornalismo investigativo independente através de programas de mentorias para jovens jornalistas, bolsas de reportagem e incubação de projetos inovadores de jornalismo independente: “Para nós, o jornalismo não está em crise. Está em renovação. A Pública acredita na reportagem. E no repórter”. (APÚBLICA, 2015)

A AP também não busca uma ruptura com a produção corporativa. Assim, de acordo com o site, há parcerias com centros independentes de jornalismo da América Latina, dos Estados Unidos e da Europa e também menções a veículos da grande mídia. Na seção “estamos lendo”, por exemplo, há uma lista de links para que o leitor possa acessar reportagens consideradas relevantes pela AP, feitas por sites e jornais tradicionais, como é o caso do portal nacional de notícias UOL e do impresso diário *Tribuna de Minas*, de Juiz de Fora.

A AP não segue o ritmo de cobertura dos veículos tradicionais, uma vez que o objetivo não é o de noticiar fatos do dia a dia, mas, sim, o de aprofundar

³⁹ A *Creative Commons* é uma organização não governamental sem fins lucrativos criada em 2001, nos Estados Unidos, cuja função é gerar licenças que permitem a cópia e compartilhamento de conteúdo. Permite o controle sobre a maneira como uma propriedade intelectual será compartilhada.

temas específicos. Suas produções, são mais pontuais e menos generalistas. A maior parte das reportagens feitas pela *AP* estão em formato de texto, com fotografias. Contudo, também são produzidos vídeos (chamados de *minidocs*) que podem acompanhar ou não as reportagens. Vários de seus trabalhos ganharam prêmios e há uma lista deles no site. Alguns dos mais importantes são: o 9º Prêmio *SindhRio* de Jornalismo e Saúde, pela reportagem “Dor em Dobro”, e o Prêmio MPT de jornalismo, categoria regional, pela reportagem “A revoadada dos passaralhos”. A *AP* também foi finalista dos prêmios Gabriel Garcia Marques, pelas reportagens “Severinas, as novas mulheres do sertão” e “Meninas em Jogo” e pelo projeto de checagem de fatos “truco!”, e do Prêmio Latino-americano de Periodismo de Investigación, da Fundación Instituto Prensa Y Sociedad, pela série sobre “Cadeias Indígenas na Ditadura”. A *AP* chegou ainda a ser mencionada cinco vezes no 31º Prêmio Direitos Humanos de Jornalismo, pela relevância de suas reportagens.⁴⁰

4.2.2 - Ponte

O coletivo *Ponte* também se apresenta com ênfase em seu compromisso com o interesse público, a partir da defesa dos direitos humanos. O nome, segundo a jornalista Maria Carolina Trevisan, em entrevista à rede TV⁴¹, é inspirado na música “Da ponte pra cá”, dos Racionais Mc’s. De acordo com ela, o nome *Ponte* traduz a ideia de um coletivo que busca levar questões da periferia, que são omitidas pela grande mídia, ao conhecimento da população em geral.

⁴⁰ Na categoria Online, foram premiadas as reportagens “Defeitos de Fábrica: As explosões da GM no Brasil” (2º lugar), “Em guerra contra a Nestlé” (2º lugar), “Quanto mais presos, maior o lucro” (3º lugar) e “Napalm no Vale do Ribeira” (menção honrosa). A reportagem “O inquérito do Black Block” ficou em 3º lugar na categoria especial “Segurança Pública: Padrão Ditadura em Plena Democracia”.

⁴¹ Disponível em: <http://www.redetv.uol.com.br/videos/redetvi-noticias/maria-carolina-trevisan-apresenta-o-coletivo-ponte-jornalismo>



Figura 3 – Logotipo da *Ponte*. Fonte: Site da Ponte.

Com o apoio institucional e estrutural da *AP*, a *Ponte* nasceu em junho de 2014 a partir do desejo de um grupo de jornalistas em aprimorar o debate nacional sobre os temas segurança pública, justiça e direitos humanos. Hoje, com sede própria no bairro Bexiga, em São Paulo, o coletivo conta com 17 participantes, entre fundadores, autores e colaboradores.



Figura 4 – Site da *Ponte*. Fonte: Site da Ponte.

Em geral, os integrantes da *Ponte* possuem experiência na grande mídia, em veículos como a *Folha de S. Paulo* e *Estadão*. Vários deles são especializados em coberturas relacionadas aos temas centrais do coletivo, autores de livros e vencedores de prêmios como o Nacional de Direitos Humanos, Vladimir Herzog de Direitos Humanos e Nacional de Ideias Inovadoras em Mobilização de Recursos.

A *Ponte* é descrita como um canal de informações que surgiu da convicção de que “jornalismo de qualidade sob o prisma dos direitos humanos é capaz de ajudar na construção de um mundo mais justo” (PONTE, 2016). O objetivo, ainda segundo o coletivo, é dar visibilidade a questões omitidas pelo *mainstream*, “agendar o debate público, levar o Estado e a sociedade a buscar soluções para a desigualdade, a injustiça e a opressão” (PONTE, 2016).

As premissas dos profissionais que compõem o coletivo *Ponte* também estão muito próximas dos conceitos que encontramos sobre o jornalismo alternativo. De acordo com o grupo, todo o conteúdo descrito é construído a partir de um engajamento contínuo e de “opiniões de acadêmicos e especialistas, com as ferramentas das novas tecnologias e da nova sociedade” (PONTE, 2016).

A *Ponte* é um projeto sem fins lucrativos e aposta em um modelo independente de financiamento e recebimento de recursos. Assim como no caso da *Agência Pública*, as notícias são encontradas em textos, com fotografias. Algumas delas possuem vídeos e documentos anexos. A *Ponte* busca um ritmo de cobertura mais intenso, com o foco nos seus temas principais. Contudo, as atualizações não se dão diariamente.

4.3 – O interesse público da *Agência Pública* e da *Ponte*

Um ponto que nos pareceu muito evidente é o fato de ambos os sites traduzirem a ideia de interesse público em seus universos temáticos e no aspecto narrativo de seus trabalhos, refletindo um posicionamento muito comum nas iniciativas de jornalismo alternativo. Essa questão é considerada por nós como muito relevante, pois é justamente a ideia de interesse público, em seu sentido republicano, que sustenta em grande medida o discurso de autolegitimação da prática jornalística tradicional, há pelo menos duzentos anos. Trata-se, portanto, de uma questão que, a princípio, nos parece controversa: como o jornalismo alternativo se coloca como contraface daquilo que se afirma como o hegemônico reivindicando, em seu eixo central, exatamente a ideia base e legitimadora do jornalismo tradicional?

Antes de responder a essa pergunta é preciso entender o sentido dessa ideia considerada fundamental para o campo. Em *Jornalismo, fatos e interesses*, Wilson Gomes (2009) discorre sobre os fundamentos dessa noção. Segundo ele, ao redor do século XVIII, com a ascensão burguesa, em contraposição ao modelo institucional da produção da decisão política, que ficava sob responsabilidade exclusiva da aristocracia, passou-se à defesa da decisão que se estabelecesse apenas quando essa decorria do debate público.

Nesse modelo adversário do Estado aristocrático, a decisão política legítima seria aquela capaz de refletir a posição e a vontade da esfera civil, seria a opinião do público, opinião pública. E a “publicidade”, no sentido de exposição ao público, deveria ser o procedimento normal de funcionamento do Estado, ele mesmo entendido como res publica. (GOMES, 2009, p. 73).

Um instrumento essencial, neste sentido, seria a imprensa que, como vimos anteriormente, passou a se configurar como nós a conhecemos hoje, muito marcada por esse momento histórico. Ainda conforme Gomes (2009):

Nasce burguesa, portanto, em polêmica contra o Estado e a favor da esfera civil. [...] Nasce iluminista, por conseguinte, convencida dos valores representados pela argumentação, pelo debate público e pela racionalidade. A argumentação democrática é valorizada como princípio e procedimento que protegem a sociedade da violência ou do arbítrio. [...] Nasce também liberal, portanto ciosa da sua autonomia em face do estado ou dos poderes e convicta de que a liberdade de expressão, opinião e imprensa são instrumentos fundamentais para um modelo de sociedade baseada na autodeterminação dos sujeitos. (GOMES, 2009, p. 74)

É claro, contudo, que, desse nascimento para cá muita coisa mudou. Já não há Estado absolutista e a esfera pública se tornou institucionalizada pelo Parlamento, distanciando-se da esfera civil. A imprensa, por sua vez, assumiu características industriais ou empresariais, muito mais voltada a “suprir o mercado de informações” que a “suprir a arena da opinião civil” (GOMES, 2009, p.75).

Na contemporaneidade, portanto, o discurso autolegitimador do jornalismo permanece centrado na noção de serviço ao interesse público. Porém, consolida-se no sentido de oferecer à esfera civil o material informativo

necessário para que essa possa influenciar a decisão política e a gestão do Estado. Logicamente, contudo, a produção jornalística há muito tempo não se fecha majoritariamente em torno dessa função como princípio absoluto. A produção noticiosa envolve dezenas de temas não necessariamente ligados a um aspecto democrático ou político, como pode ser o caso das editoriais de esporte, moda e saúde, por exemplo. Há, desse modo, em nosso entendimento, uma necessidade de alargamento no sentido da palavra “público”, no contexto do jornalismo hegemônico atual, podendo ser este entendido também como “audiência”.

No discurso liberal clássico “público” é relacionado a povo, a cidadania, conforme o sentido republicano de que se apropria. No discurso reformado do jornalismo, “público” é apenas outro nome para “audiência”, para uma grandeza demográfica qualquer, para uma quota de pessoas. (GOMES, 2009, p. 83).

A cidadania política, portanto, deveria continuar valendo para os aspectos do jornalismo que são voltados a esse fim e não a todo o campo. Além disso, como vimos anteriormente, diante das amarras do mercado, tornou-se questionável o desprendimento da imprensa com relação aos seus financiadores, colocando em questão as condições do jornalismo tradicional em atender a essa demanda do “público”, no seu sentido democrático. Apesar dessas considerações, contudo, o que nos parece acontecer ainda na contemporaneidade, é a manutenção da premissa do serviço ao interesse público como princípio básico, ou eixo central, para a legitimação do fazer jornalístico tradicional.

Nossa investigação seguirá, neste momento, a partir de algumas indagações nesse sentido. Tentaremos compreender, ao longo das páginas seguintes, se a ideia de interesse público reivindicada hoje pelo jornalismo alternativo é a mesma que segue sendo exaltada pelo jornalismo tradicional, ou não. A partir dos nossos objetos, buscaremos identificar, por exemplo, como as narrativas expressam essa noção, como é construído o conceito de alternativo a partir dessa premissa, em que temas se desdobram esse ideal e como se dão os protocolos de interação.

Nosso objetivo imediatamente adiante, portanto, engloba todas essas questões num trabalho de análise que pretende discutir o quadro de mudanças do jornalismo, as definições e as caracterizações do jornalismo alternativo a partir do conteúdo produzido tanto pela *Agência Pública* quanto pela *Ponte*, mostrando no que ambos os sites mais se aproximam, ou mesmo se afastam, da ideia geral que encontramos sobre o modo de apresentação e atuação do jornalismo alternativo no século XXI.

É importante ressaltar, desde já, que nossa intenção não poderia ser a de trazer uma verdade única sobre o modelo de funcionamento dos veículos de jornalismo alternativo *online* no Brasil, mas, sim, a de buscar um olhar possível através dos sites escolhidos. É plausível, inclusive, que nossas pesquisas nos levem ao encontro de percepções diferentes das que tivemos até o momento, a respeito do que seja o jornalismo alternativo na atualidade. Desejamos reforçar, portanto, que o resultado dos nossos estudos deve estar, inevitavelmente, ligado à escolha dos nossos objetos. Assim, nossa intenção, nas próximas páginas, será a de compreender, a partir dessas amostras, o funcionamento, as qualidades, as dificuldades e os desafios da imprensa alternativa do país, no contexto atual da internet brasileira.

4.4 O fazer jornalístico alternativo na *Agência Pública* e na *Ponte*: estudos de caso.

Para compreender como os aspectos conceituais, vistos anteriormente, acerca do jornalismo alternativo nas redes, no Brasil, materializam-se em práticas *online*, escolhemos o estudo de caso como modalidade de pesquisa e instrumento pedagógico de investigação. Trata-se da utilização de métodos qualitativos não-padronizados de recolhimento de informações. Segundo Ponte (apud ARAÚJO, 2008), o estudo de caso:

É uma investigação que se assume como particularística, isto é, que se debruça deliberadamente sobre uma situação específica que se supõe ser única ou especial, pelo menos em certos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico e, desse modo, contribuir para a compreensão global de um certo fenômeno de interesse. (Ponte, 2006, p.2).

Como não se trata, portanto, de um método fechado, nosso modelo de apreensão será desenvolvido a partir da verificação das características das produções realizadas pelos dois sites, com base nos conceitos já elaborados anteriormente.

Partiremos de um levantamento geral dos sites e das produções tanto da *Agência Pública* quanto da *Ponte*, entre os dias 20 de outubro de 2015 e 20 de janeiro de 2016. Essa data foi escolhida por nós por se referir ao período final de elaboração desta dissertação, quando a fundamentação conceitual do trabalho já havia amadurecido e pôde, assim, apontar categorias analíticas. Nossa maior preocupação, contudo, era delimitar um espaço de tempo suficiente para que o volume de notícias publicadas fosse considerado suficiente para nossas análises. Através de quatro pontos, identificados por nós como eixos de análise, buscaremos perceber como ambos os sites realizam a proposta de jornalismo alternativo, através da ideia central de interesse público. Deste modo, nos basearemos na identificação das pautas escolhidas, dos modelos narrativos utilizados, da interatividade proposta e do modo de financiamento, para traçar um perfil analítico dos nossos objetos. Sabemos, de antemão, que os eixos escolhidos por nós se conjugam de forma complexa. A separação que propusemos, dessa forma, pode se traduzir apenas como uma escolha de modo de análise.

Neste caminho, portanto, refletiremos sobre a escolha de temas abordados, os elementos do enunciado e da enunciação narrativa, o papel do público e do jornalista e a seleção de fontes, dentre outros aspectos gerais dos sites. Assim, através da análise das pautas escolhidas, acreditamos ser possível averiguar a orientação editorial dos sites, elencando suas prioridades de cobertura a partir da noção de interesse público defendida pelos próprios veículos. Por meio do estudo dos modelos narrativos encontrados, esperamos reconhecer os modos de abordagem utilizados, se ou que premissas são seguidas na construção do texto. No caso da interatividade, buscaremos entender que lugar é reservado ao público nos sites e como este é convidado a participar do fazer noticioso e mesmo da distribuição de conteúdo. Por fim,

estudaremos o modo de financiamento dos veículos, para entender se ele acompanha ou não o *modus operandi* do mercado, como isso se dá e de que maneira o seu posicionamento econômico se reflete na produção noticiosa. Através desses eixos de análise buscaremos pensar sobre a medida em que nossos objetos se aproximam ou se afastam da produção noticiosa clássica e se de fato engendram um lugar alternativo.

4.4.1 - A pauta

No caso da *Agência Pública*, o menu de navegação da página principal traz os botões de acesso às seções: “reportagens”, “especiais”, “truco no congresso”, “da redação”, “vídeos” e “quem somos”. Estão disponíveis, nesta mesma barra, informações em inglês, informações de contato e dispositivo de busca.

Na seção “reportagens”, são encontrados trabalhos divididos em eixos temáticos. O leitor pode acessar “todas as reportagens”, ou ir direto a links como: Amazônia, empresas, ditadura, jornalismo, meio ambiente, direitos humanos, *wikileaks*, transparência, violência policial e internacional. Na seção “especiais”, estão disponíveis reportagens especiais, geralmente frutos de abordagens que demandaram mais tempo de trabalho, dedicação ou investimento. Algumas dessas produções foram financiadas coletivamente através de *crowdfunding*. Já na seção “truco no congresso”, as frases mais relevantes apresentadas pelos congressistas dentro e fora do plenário são checadas a partir de um cruzamento de informações referentes ao que foi dito. A *AP* busca, além disso, verificar os projetos de lei apoiados pelas bancadas. O objetivo é deixar claro para o leitor “até que ponto o que os parlamentares dizem é verdadeiro, se o contexto correto muda a informação ou se o que falam é simplesmente um blefe” (APÚBLICA, 2015). A seção “da redação” traz depoimentos, testemunhos e impressões dos próprios jornalistas, nas reportagens. A seção “vídeos” apresenta todas as reportagens que trazem produções audiovisuais em seus conteúdos.

Do dia 20 de outubro de 2015 e 20 de janeiro de 2016, encontramos 20 matérias publicadas na seção “reportagens”. Foram duas no eixo temático

“internacional”, duas no “olimpíadas”, duas no “violência policial”, duas no “meio ambiente”, duas no “direitos humanos”, sete no “especial Angola” e outras duas no “empresa”. Uma reportagem da seção “truco no congresso” foi publicada na seção “reportagens”. Na seção “truco no congresso” foram quarenta e três matérias relativas a assuntos do congresso nacional. Na seção “da redação”, foram publicados três testemunhos de jornalistas, um deles sobre a juventude indígena no país, um sobre os jovens brasileiros e as estatísticas policiais e um sobre denúncias contra a Fifa (Federação Internacional de Futebol). A seção “especiais” não teve atualizações nos três meses de pesquisa. Foram publicadas, portanto, sessenta e oito trabalhos no intervalo de três meses. Foi possível observar que as pautas escolhidas pela *AP* tratam, de modo geral, de denúncias contra estruturas de poder, desrespeito e violência contra minorias e grupos economicamente mais frágeis.

Como exemplo, podemos citar as reportagens: “Pare de sofrer: os segredos da Igreja Universal no Chile”, publicada no dia 19 de janeiro de 2016, sobre o modo como a igreja brasileira oferece milagres em troca de dinheiro em seus templos chilenos; “Homem da ditadura, presidente da CBF recebe como anistiado político”, publicada no dia 14 do mesmo mês, sobre o homem que, apesar de ter sido comandante militar e prefeito no Pará, recebe há anos a mesada de quase 15 mil reais como perseguido pelo regime; “O preço da água”, publicada em 13 de novembro de 2015, sobre a concessão do abastecimento para a Odebrecht, no sudeste do Pará, que traria geral prejuízo à população local; “Um tapa na cara”, de 9 de novembro de 2015, cujo ponto central são as agressões sofridas por duas transexuais de São Paulo; “Os jagunços cercam os guaranis”, publicada em 25 de novembro de 2015, a respeito das mortes de índios guarani-kaíowá no Mato Grosso do Sul; “396 mortes pela PM paulista: as histórias por trás dos BOs”, resultado de uma longa análise feita pela *AP* sobre as mortes cometidas por policiais militares em 2014, onde foi constatado que jovens negros e pobres foram os principais alvos, além do “especial Angola”, com 7 reportagens publicadas em novembro de 2015, com histórias a respeito da repressão no país africano.

É possível notar, por esses exemplos, os aspectos que nos permitem definir as prioridades da *Agência Pública* em suas pautas. Há um claro posicionamento de denúncia contra estruturas de poder como no caso da Igreja Universal, da CBF, do comando militar nacional e do conglomerado empresarial Odebrecht. Sobre o desrespeito e a violência contra minorias e grupos economicamente mais frágeis, citamos o caso dos índios, dos negros e dos transexuais. O interesse público desse viés nos parece estar nítido no esforço de defesa de interesses coletivos que muitas vezes se encontram distantes dos holofotes da grande mídia, e de uma forte crítica, portanto, aos sistemas econômicos dominantes que acabam por nortear a produção noticiosa empresarial.

Assim como a *AP*, o site da *Ponte* traz, no topo da página principal, o menu de navegação com botões de acesso às suas seções de publicação. São elas “direitos humanos”, “justiça” e “segurança pública”. Há ainda os espaços “Mural”, com textos especiais ou de autores convidados e “sobre”, com informações do coletivo.

A seção “direitos humanos” é dividida nos eixos temáticos “gênero” e “racismo”. A seção de “segurança pública” também tem um eixo especial, intitulado “violência policial”. Apesar de as reportagens serem divididas por seções, várias delas podem ser encontradas em dois ou mais setores.

Do dia 20 de outubro de 2015 e 20 de janeiro de 2016, encontramos 20 reportagens publicadas exclusivamente na seção “direitos humanos”, três na seção “justiça” e vinte e sete na seção “segurança pública”. Outras doze reportagens foram publicadas, ao mesmo tempo, nas seções “direitos humanos e segurança pública”, três em “direitos humanos e justiça”, três em “justiça e segurança pública”. Quatro reportagens foram publicadas nas três seções, simultaneamente. No total, portanto, foram setenta e duas notícias encontradas, no intervalo de três meses. Foi possível notar que as pautas escolhidas pela *Ponte* tratam, majoritariamente, de casos de opressão e violência contra

populações mais pobres, moradores de periferias, negros, mulheres, detentos e pessoas em situação de rua.

Como exemplo, podemos citar as reportagens: “Não há como pensar classe, raça e gênero de forma isolada”, de 23 de dezembro de 2015, sobre feminismo, militância, políticas públicas e espaço para mulheres negras na universidade; “Moradores de rua ocupam tenda fechada pela prefeitura”, publicada em 09 de dezembro de 2015, e “O silêncio ensurdecedor frente ao extermínio dos jovens negros”, de 05 de dezembro de 2015, que retrata casos de uma realidade em que jovens negros são assassinados por policiais.

Chamou-nos a atenção o fato de serem muito recorrentes nas abordagens da *Ponte* pautas de denúncia de violência gerada por organismos do estado, principalmente a PM de São Paulo. Pudemos contar, ao longo dos três meses estudados, trinta e oito reportagens somente sobre casos de violência policial. Contudo, além desse material, há ainda diversas outras pautas que, mesmo não estando enquadradas nesse eixo, debatem questões como excessos cometidos pela polícia e dificuldade de obtenção de informações junto à corporação. Assim, pautas que levantam discussões a respeito da ação da PM, seja de modo central ou periférico, são verificadas por nós como as mais recorrentes no site.

Nesse sentido, podemos citar como exemplo as reportagens: “PMs à paisana torturam e matam jovem com problemas cognitivos em SP, dizem testemunhas”, publicada em 15 de janeiro de 2016; “Eles querem uma nova polícia”, de 11 de janeiro de 2016, sobre policiais que apoiam a luta pelos direitos humanos dentro das corporações; “Tiros e bombas contra um baile reggae na favela”, que trouxe, em 5 de janeiro de 2016, a denúncia de excessos numa festa na Favela do Belém, em São Paulo, onde PMs teriam jogado bombas em famílias e crianças, e “Estudo revela falta de transparência da segurança pública em SP”, de 30 de dezembro de 2015, que traz o estudo: “Informação

Encarcerada: A Blindagem de Dados na Segurança Pública de São Paulo”, feita pela *Ponte* em parceria com a *Artigo 19*⁴².

É possível notar que a *Ponte* traz, em sua maioria, matérias sobre casos de opressão contra pessoas mais vulneráveis (como os pobres, os moradores de rua ou de periferias, os negros, as mulheres e os detentos), e notícias de denúncia de violência gerada por organismos do estado. Trata-se de uma crítica persistente à grande mídia, no sentido de uma possível inversão da ideia de interesse público, implícita nos temas escolhidos para cobertura tradicional. Tentamos dizer com isso que, ao invés de priorizar o interesse de uma minoria mais favorecida economicamente no país, a *Ponte* nos parece buscar trazer luz à realidade cotidiana de exploração e tirania vivida pela maioria dos brasileiros. A noção de interesse público, nesse sentido, caminha no sentido de uma reivindicação da defesa dos direitos humanos a partir do reconhecimento do que sejam esses direitos e da publicização dos desvios cometidos, geralmente oriundos de estruturas de poder, como o próprio governo.

Se comparadas as pautas realizadas pela *Ponte* com as da *Agência Pública*, é possível notar que a primeira dá mais espaço a coberturas factuais, enquanto a segunda busca temas mais gerais para o seu universo temático. Assim, enquanto na *Ponte* encontramos matérias como “Segurança tortura jovem em shopping de Belém”, de 5 de dezembro de 2015, e “Família acusa PMs por sumiço e morte de jovem de 16 anos”, de 22 de outubro de 2015, cujos motes são o fato, ou o acontecimento recente, na *Agência Pública* a maior parte dos trabalhos são matérias nas quais os eixos centrais são assuntos atuais, porém não factuais. São exemplos dessa verificação, as reportagens: “Os jogos da exclusão”, de 21 de dezembro de 2015, sobre as discrepâncias entre o discurso oficial sobre a Olimpíada e o que se vê na prática, e “Sob a fumaça, a dependência”, de 26 de outubro de 2015, sobre a indústria tabageira e os efeitos da produção de tabaco para os agricultores, no sul do país.

⁴² No Brasil, a ARTIGO 19 realiza atividades na área de acesso à informação desde 2005 e, desde fevereiro de 2007, mantém um escritório na cidade de São Paulo. Atualmente as atividades dividem-se em um programa jurídico e nos programas de acesso à informação e de liberdade de expressão.

Não se enquadra nessa percepção a seção “truco no congresso”, da *Agência Pública*. Nela, o valor factual dos acontecimentos é muito importante na checagem e no cruzamento de informações referentes ao que foi dito por parlamentares do congresso. Desse forma, salvas as exceções, pode-se notar que, de modo geral, na *Agência Pública* se encontram mais matérias do gênero “reportagem”, ao passo que a *Ponte* reserva mais espaço à “notícia”.⁴³

Em comum entre os veículos está uma priorização de pautas ligadas à noção de defesa dos direitos humanos e da denúncia de abusos de poder, numa clara reivindicação da igualdade de oportunidades. Os grupos se mostram, nesse sentido, nitidamente posicionados e, numa postura crítica a respeito das convenções de fontes de notícias e representação na grande mídia, buscam abrir espaço a segmentos sociais marginalizados.

Todas essas questões nos parecem ser tratadas como de interesse público, no sentido democrático do termo. A partir das pautas escolhidas, *AP* e *Ponte* confrontam a estrutura midiática monopolizada que coloca o fazer jornalístico como mais uma atividade mercantil, buscando reafirmar o seu valor social. Dizemos isso pois verificamos em ambos os veículos, a partir das pautas analisadas e das missões publicadas nos sites, o empenho em uma crítica dos sistemas dominantes através da defesa de uma não subordinação de interesses coletivos a interesses econômico-privados.

Nesse percurso, *AP* e *Ponte*, a nosso ver, buscam deslegitimar e desnaturalizar desigualdades sociais, injustiças e violações de direitos humanos em ações que nos cercam a todos, cotidianamente. Os sites utilizam a informação como uma espécie de “arma de combate”, no sentido de prover aos cidadãos o conhecimento que lhes seria omitido na grande mídia, num ideal de que esse público possa compreender de modo mais claro a sua realidade e julgar com mais autonomia e liberdade suas próprias escolhas e ações.

⁴³ Segundo Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (1986), a notícia é imediatista, enquanto a reportagem preocupa-se em ser atual e mais abrangente. Assim, embora a reportagem também preze pela atualidade, o caráter imediato não é o seu foco.

4.4.2 - A interatividade

Pensar as pautas concretizadas pela *Agência Pública* e pela *Ponte* nos leva a outros questionamentos. A partir dessas análises, e levando-se em conta nossos estudos anteriores a respeito das configurações do jornalismo alternativo na contemporaneidade, é necessário refletir sobre a medida em que esse repertório temático é influenciado pelo interesse dos internautas (que são, ao mesmo tempo, leitores, espectadores e ouvintes) e estabelece formas de diálogo. Que lugar é reservado ou construído pelo público, como ele participa da escolha e elaboração das pautas e o que dele se espera, em termos de colaboração quanto ao conteúdo, são algumas das primeiras questões que emergem neste momento.

No caso da *Agência Pública*, há um forte apelo para que o público participe “republicando” o material da *Agência*. Para isso, ao lado de cada reportagem, há ícones para que as pessoas possam curtir ou compartilhar as reportagens em redes sociais como *twitter*, *facebook* ou *instagram*. Essa ferramenta também torna possível ao público acompanhar as reportagens mais curtidas ou compartilhadas. Além disso, a *AP* pede que seus leitores/espectadores/internautas entrem em contato e colaborem com ideias, fontes, informações sobre a pauta, ou até se voluntariem para apoiar o repórter na apuração.

Mas a participação dos internautas vai além dessas possibilidades. Um projeto de jornalismo investigativo e colaborativo inédito no país chamado “Reportagem Pública” rendeu 12 trabalhos publicados no site. O projeto aconteceu da seguinte maneira: através de uma campanha de *crowdfunding*, entre agosto e setembro de 2013, a *AP* conseguiu arrecadar R\$58.935,00 doados por 808 pessoas. Esse dinheiro, somado a uma doação da fundação *Omidyar Network*⁴⁴, financiou doze repórteres na execução de reportagens investigativas. Cada um deles recebeu uma verba de R\$6.000,00, além de

⁴⁴ A fundação filantrópica, Omidyar Network, de Pierre Omidyar, um dos fundadores do eBay, busca auxiliar iniciativas sem fins lucrativos e investir em organizações inovadoras, que promovam mudança social e econômica.

orientação e apoio da *Agência* durante a apuração. Segundo a *Agência Pública*, o projeto recebeu mais de cento e vinte propostas de pauta de jornalistas de todo o país. “As reportagens foram pré-selecionadas segundo os critérios de consistência na pré-apuração, experiência do repórter, capacidade de realizar reportagens de forma independente, segurança e viabilidade da investigação” (APÚBLICA, 2013).

Os 808 doadores do *crowdfunding* puderam votar em doze das quarenta e oito pautas pré-selecionadas. Todos eles receberam, por *email*, *login* e senha de acesso ao sistema de votação. Pessoas que não colaboraram com a campanha de arrecadação de verba puderam participar do processo de construção da notícia interagindo diretamente com o repórter através do site www.apublica.org/reportagempublica.

Entre as doze reportagens feitas a partir das pautas mais votadas, podemos citar: “No Brasil, contaminação da água é pior”, publicada em 18 de março de 2014, sobre a qualidade da água para consumo no país; “Dor em dobro”, de 29 de maio de 2014, sobre a dificuldade das mulheres que engravidam, vítimas de estupro, em ter acesso ao serviço legal de aborto no país⁴⁵, e “Quanto mais presos, maior o lucro”, de 27 de maio de 2014, que trata da primeira penitenciária público-privada do país, onde o Estado garantiu 90% de lotação mínima e selecionou os presos para facilitar o sucesso do projeto.

Em 2015 a AP lançou uma outra campanha de *crowdfunding* para que novas reportagens sejam feitas para a seção “Reportagem Pública”, ao longo de 2016. R\$70.225,00 foram arrecadados através de 945 doações. Nesse caso, o coletivo pretende ampliar a participação do público:

Não queremos apenas que os apoiadores votem nas pautas. Queremos ampliar o diálogo com eles no nosso dia-a-dia. Agora, todos vão receber dos repórteres *updates* e fotos durante a apuração e vão poder participar da discussão ao longo da pesquisa em um grupo

⁴⁵ Vencedora do Prêmio Roche de Jornalismo em Saúde na América Latina, na categoria Jornalismo Escrito, e do 9º Prêmio SindhRio de Jornalismo & Saúde.

fechado no *facebook*. Além de receber a reportagem em PDF no seu *email* um dia antes da publicação no nosso site. (APÚBLICA, 2016).

Além dos projetos “Reportagem Pública”, desde 2011 a AP promove concursos de microbolsas para repórteres independentes. Essa iniciativa busca “fomentar o jornalismo independente e investigativo no país, apoiando repórteres que nem sempre encontram espaço nas redações para reportagens aprofundadas” (APÚBLICA, 2016). Ao todo, em cinco edições foram distribuídos R\$89.000,00 em microbolsas que financiaram vinte reportagens publicadas.

Três investigações realizadas através do projeto foram premiadas: “Severinas”, minidocumentário de Eliza Capai, foi finalista do Prêmio Gabriel García Márquez 2014; “Cadeias indígenas na ditadura”, de André Campos, foi finalista do Prêmio Iberoamericano de Periodismo 2014, e “Jovens negros na mira de grupos de extermínio na Bahia”, de Lena Azevedo, recebeu menção honrosa no Prêmio Abdias do Nascimento, de 2013.

Em 20 de janeiro de 2016, a AP lançou a sexta edição do concurso. Desta vez, convidando jornalistas a propor reportagens sobre o sistema judiciário brasileiro. O “Microbolsas Judiciário” deve gerar cinco reportagens sobre temas como acesso à justiça, morosidade no andamento dos processos, ineficiência, parcialidade e corrupção, por exemplo. Os candidatos devem enviar suas sugestões até o fim de fevereiro deste mesmo ano. Cada uma das pautas vencedoras receberá uma verba de R\$5.000,00, além de orientação e mentoria da *Agência Pública*, ao longo da apuração. No final, as reportagens serão publicadas no site e também através de uma rede de republicadores parceiros da AP.

No coletivo *Ponte*, o apelo para os internautas republiquem as notícias se dá do mesmo modo. Assim como no caso da AP, há ícones espalhados pelo site para que as pessoas possam curtir ou compartilhar as reportagens em redes sociais. A *Ponte* não possui, contudo, projetos de jornalismo colaborativo como aqueles que citamos, postos em prática pela AP. O engajamento para que o

público participe da elaboração de conteúdo do veículo acontece de outra maneira.

Na seção “sobre” há o ícone “colabore”. Nele está disponível um endereço de email⁴⁶ para onde as pautas das reportagens que as pessoas desejam produzir, ou ver publicadas, devem ser enviadas. Segundo os jornalistas, o desejo da *Ponte* é se tornar “um para-raios das melhores e mais sinceras colaborações de jornalistas e fotógrafos” (PONTE, 2016). Contudo, o coletivo deixa claro que o site baseia-se num trabalho voluntário e que, portanto, “ninguém é remunerado pelas matérias que produz.” (PONTE, 2016)

Várias pautas foram desenvolvidas desse modo. Todas essas matérias, que são, portanto, frutos dessas colaborações, têm a marca “Especial para a Ponte”, e trazem o crédito ao autor. Como exemplo, podemos citar as reportagens “As descobertas do relatório da Comissão da Verdade do Rio”, de autoria de Maria Carolina Bissoto, especialista em Direito Constitucional pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas e ex-pesquisadora júnior da Comissão Nacional da Verdade (CNV), publicada em 17 de dezembro de 2015, e “Produtores e artistas se organizam para criar festivais de arte na periferia”, da jornalista e produtora cultural, Mariana Bergel. Há ainda o caso da matéria “Políciais me espancaram e tentaram me jogar de escada”, de Kaique Dalapola, estudante de jornalismo da FAPSP e autor do blog *Fala, Kaique*. No caso dessa reportagem, publicada em 16 de dezembro de 2015, o autor relata de modo testemunhal o modo como teria sido espancado por policiais durante uma manifestação na Praça da República, em São Paulo. A PM, segundo ele, ainda agrediu e humilhou outros manifestantes. A *Ponte* mediu essa notícia buscando um posicionamento da Secretaria de Estado de Segurança Pública e da Polícia Militar do Estado de São Paulo, mas não obteve resposta.

Além dessa possibilidade de interação existe, no coletivo *Ponte*, uma ficha de créditos, com o nome de todos os apoiadores, na seção “somos”. Nela,

⁴⁶ reportagem@ponte.org

constam os nomes e atribuições de pessoas que enviaram reportagens e sugestões de pauta, ou que serviram de personagens e fontes relevantes ao coletivo. Abaixo, podemos mostrar como esses créditos são feitos:

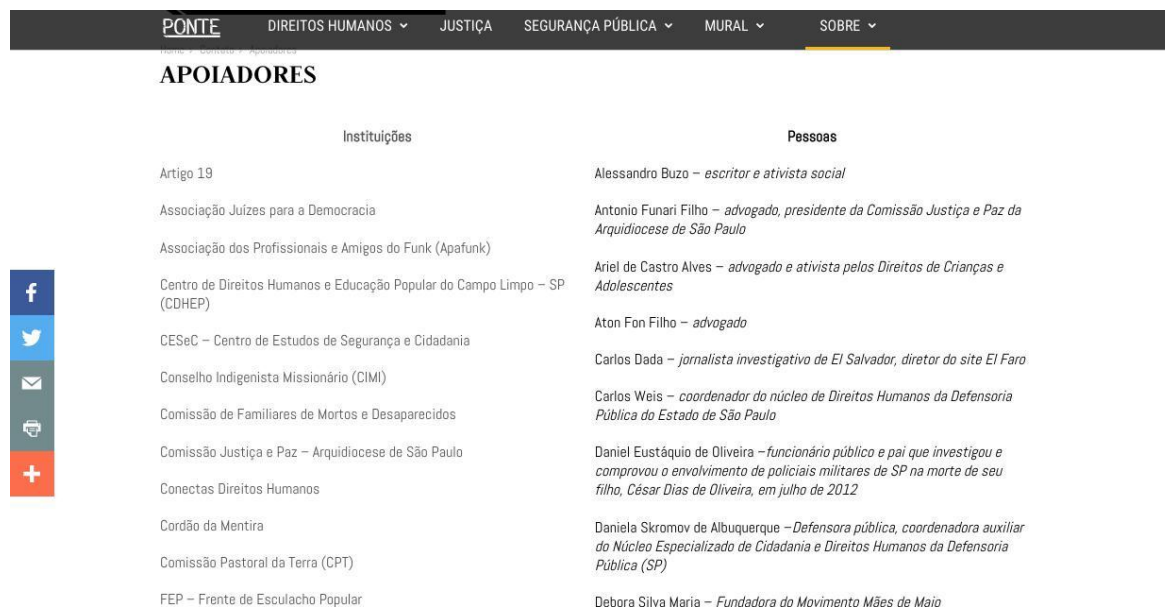


Figura 5 – Lista de apoiadores da *Ponte*. Fonte: Site da Ponte.

Parece-nos claro, a partir dessa descrição, que a *Ponte* busca regularmente abrir espaço para publicações de matérias feitas por jornalistas, estudantes e mesmo profissionais de outras áreas. Segundo um dos integrantes do coletivo, André Caramante, em entrevista ao site *Geledés*, em 17 de junho de 2014⁴⁷, o diferencial do site está num equilíbrio de vozes, numa modulação ao que é feito pela grande mídia: “Partimos do princípio de que a voz de um cidadão comum deve ter a mesma importância do que a de um governo, qualquer governo”.

Nesse contexto, os conteúdos podem variar de estudos e levantamentos, como no caso de “As descobertas do relatório da Comissão da Verdade do Rio”, a testemunhos, como no exemplo da notícia trazida por Kaique Dalapola, de que falamos acima. Já no caso da *AP*, repórteres independentes são incentivados a

⁴⁷ Disponível em: <http://www.geledes.org.br/ponte-jornalistas-lancam-canal-online-sobre-seguranca-publica-justica-e-direitos-humanos/>

publicar suas investigações a partir de projetos de financiamento e apoio. O restante do público, por sua vez, é convidado a participar elegendo pautas, enviando sugestões e mesmo colaborando com a apuração.

É importante notar que há uma diferença marcante entre *Ponte* e *Agência Pública*, no que diz respeito aos modos de promoção da interatividade. Ao passo que a *Agência Pública* não parece abrir mão do que considera como diretrizes jornalísticas do grupo, a *Ponte* prioriza menos esse tipo de posicionamento. Dizemos isso pois, no caso da *AP*, notamos uma preocupação com a figura do jornalista profissional como norteador na construção dos materiais publicados. Neste sentido, os projetos financiados pela *Agência* recebem, além de verba, orientação e mentoria dos integrantes do coletivo. Por outro lado, a *Ponte* não parece seguir essa linha, e chega a publicar relatos testemunhais de colaboradores, se colocando como mediadora (no sentido de buscar o posicionamento de todos os envolvidos na notícia) sem, contudo, participar como orientadora dos trabalhos.

Apesar dessa diferença, contudo, fica claro para nós que ambos os sites valorizam a participação dos internautas, com a abertura contínua de espaço para a produção de conteúdo noticioso. Esse lugar de colaboração é reservado a uma parceria e espera-se, portanto, uma participação efetiva e ininterrupta. Dessa forma, a ideia de interesse público parece se desdobrar também no aspecto da interatividade. Os protocolos de interação propostos nesses sites reivindicam essa noção de serviço, abrindo um espaço mais direto de fala e de influência sobre a escolha do que precisa ser pautado. Nesse momento em que o campo midiático passa a ser visto como uma ambiência, e não apenas como uma ferramenta, o jornalismo alternativo proposto pelos nossos objetos busca aproveitar o empoderamento dos internautas quanto a essa possibilidade de atuação, gerando uma relação mais próxima com o público e, portanto, mais comprometida com seus interesses. O público, por sua vez, parece responder à abertura gerada nos veículos e, a nosso ver, se coloca, sim, como parceiro na atividade jornalística, capaz de criar conteúdo, de entender o funcionamento do jornalismo e, inclusive, de questioná-lo.

A partir desse alargamento de possibilidades sobre o conteúdo oferecido e também de resposta e de compartilhamento de materiais, *AP* e *Ponte* se enquadram num aspecto importante das definições que encontramos sobre o jornalismo alternativo contemporâneo. Os sites respondem a um determinado modo de funcionamento do jornalismo tradicional, onde o lugar do público está mais próximo do de receptor que do de produtor de notícias. Além disso, com a abertura de um espaço geralmente não encontrado por jornalistas na grande mídia, essa crítica ao *mainstream* se dá, ainda, em outra esfera, relativa a uma liberdade que, se algum dia existiu, teria sido perdida pelos profissionais, no meio hegemônico. Assim, entendemos que esse alargamento de possibilidades colabora com um modo mais maleável de prismação da realidade, em grande medida, reivindicado pelo jornalismo alternativo contemporâneo.

4.4.3 – Os modelos narrativos

Para além dessa flexibilização do lugar do público, contudo, há ainda a necessidade de verificar se essa tendência se reflete ou não nos modelos narrativos propostos por esse jornalismo alternativo contemporâneo. É esse o caminho de análise que seguiremos, a partir de agora.

Ao analisar o caso da *Agência Pública*, pudemos perceber que o site centra suas produções na reportagem, enquanto gênero jornalístico. Entre os dias 20 de outubro de 2015 e 20 de janeiro de 2016, encontramos vinte e dois trabalhos desse tipo. Dezenove publicados na seção “reportagens” e três na seção “da redação”. Na seção “truco no congresso”, encontramos majoritariamente notícias. As checagens possuem, como motes centrais, episódios factuais ligados ao congresso nacional. Foram quarenta e três trabalhos, ao todo, nessa seção. A cobertura mais compromissada com o caráter factual é o provável motivo para que a seção seja a que apresenta o maior número de publicações.

Podemos dizer que, de modo geral, as matérias da *AP* apresentam um título, um subtítulo e, em seguida, o corpo do trabalho, onde se desenvolve a narrativa. A maioria dos textos é escrita pelos repórteres, como resultado de uma

apuração, mas há, também, transcrições de notas oficiais (geralmente em resposta a reportagens anteriores) e entrevistas. Recursos como vídeos (produzidos pela equipe ou por amadores), fotografias, ilustrações, gráficos, hiperlinks e imagens de documentos são utilizados rotineiramente. As matérias variam muito, contudo, quanto à construção do texto.

É possível encontrar modos narrativos que seguem padrões tradicionais, sendo mais objetivos, impessoais e com poucos recursos estilísticos, além de se basear majoritariamente em referências como números e documentos. Um dos casos que, de modo geral, nos parece seguir essas características é a reportagem de 14 de janeiro de 2016: “Homem da ditadura, presidente da CBF recebe como anistiado político”. A reportagem de Lúcio de Castro nos leva, seguindo um modelo clássico de construção jornalística, a entender que o recebimento de verba por parte do coronel, como perseguido pelo regime militar, é injusto e descabido. Isso se dá através de levantamento de fatos, análises de documentos e reflexões históricas, não havendo um posicionamento opinativo por parte do repórter ou da *AP*.

Além do subtítulo “Apesar de ter sido comandante militar e prefeito biônico no Pará, coronel Nunes recebe até hoje mesada de R\$ 14,7 mil como perseguido pelo regime”, a reportagem é aberta com um lide tradicional:

Homem de confiança do regime militar durante os anos da ditadura, o novo presidente da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) recebe um saldo mensal de R\$ 14.768,00 da Força Aérea Brasileira (FAB) como anistiado, vítima de ato de exceção de motivação política. (APÚBLICA, 2016).

É perceptível, em toda a reportagem, uma clara preocupação com a precisão dos números, com os levantamentos de datas e com a análise e reprodução de documentos que sustentam a denúncia. Há, também, um grande rigor no levantamento de fontes e entrevistados, e uma nítida preocupação ética com o equilíbrio de vozes. Além de fontes oficiais como a Secretaria de Estado de Segurança Pública e Defesa Social do Pará, o Diário Oficial da União, o Grupo de Trabalho Interministerial (GTI) e a Advocacia-Geral da União, foram ouvidos

dois historiadores. A AP tentou contato com o coronel Nunes e com a CBF, contudo, sem sucesso.

Já no caso da reportagem “Os jagunços cercam os guaranis”, o modelo narrativo que encontramos é radicalmente diferente desse citado logo acima. Depois do subtítulo “Quem está matando os índios no Mato Grosso do Sul? Por que essas mortes se repetem? Para responder a essas perguntas a Pública escalou um repórter experiente que conta aqui suas descobertas no mundo ameaçado dos guarani-kaiowá”, o texto que se segue está longe do formato clássico de um lide:



AGÊNCIA DE REPORTAGEM E JORNALISMO INVESTIGATIVO

Pública

reportagens especiais truco no congresso da redação vídeos quem somos english

[Tweet](#) 50 [G+](#) [PDF](#) [AA](#)

No final de outubro, eu estava internado num hospital em Porto Alegre quando recebi um whatsapp: precisa-se de repórter para viajar para o Mato Grosso do Sul (MS) a fim de investigar crimes no mundo guarani – foram 138 mortes em 2014, segundo dados do Conselho Indigenista Missionário (Cimi).

A mensagem citava os crimes mais recentes: alguém furou a barriga do cacique Elpídio, de Potrero Guasu, em setembro; jagunços mataram o guerreiro Simeão, em agosto, em Marangatu; uma criança índia sumiu durante uma escaramuça com fazendeiros, em junho, na área indígena Kurusu Amba – nesse caso, a denúncia era do Ministério Público Federal (MPF).

Notem: era só índio tomando chumbo.

Dei uma busca no Google por “morte do índio Simeão”. Nada nos grandes portais nem nos jornalões – até aí normal.

Vapt-vupt desconectei o soro, suspendi um exame da artéria hipogástrica e reagendei o nefrologista para novembro: a viagem era urgente porque nunca antes na história daqueles grotões foi tão quente o conflito entre índios guaranis e fazendeiros brancos.

Figura 6 – Trecho inicial da reportagem “Os jagunços cercam os guaranis”. Fonte: Site da Agência Pública.

Nota-se, já nas primeiras linhas, que o repórter Renan Antunes de Oliveira busca contornar os moldes tradicionais da escrita jornalística, construindo a matéria como um diário de bordo, onde ele conta, em primeira pessoa, as situações que encontrou durante a sua apuração. O texto é feito em vários pequenos parágrafos, em tom subjetivo, pessoal e recheado de gírias. Como exemplo, podemos citar um dos trechos da reportagem, sobre ataque de fazendeiros e seus jagunços a uma comunidade *Kurusu Ambá*. O repórter faz o

seguinte relato, a partir de uma denúncia que o procurador do Ministério Público Federal (MPF), Ricardo Ardengh, decidiu verificar pessoalmente:

Na refrega, uma criança índia sumiu. Assim, desapareceu no ar. Agora, imagine o auê se uma criança sumisse num domingo no Parque do Ibirapuera...E mais: índio já vive num miserê total, mas os fazendeiros não tiveram dó. Queimaram roupas, comida e até os brinquedos da tribo escorraçada. O procurador concluiu que o Ministério da Justiça agiu com grave omissão, desrespeitando os direitos constitucionais dos indígenas. (APÚBLICA, 2016).

Renan Antunes de Oliveira utiliza vários adjetivos, diversos recursos estilísticos de pontuação e busca ser sarcástico durante a narração dos fatos. Sobre a entrevista a um homem acusado de assassinar dois índios, ele conta:

Acordamos cedo, já em Dourados, esperando a hora de entrevistar Rui Escobar. Rui quem? Um homem que é engenheiro agrônomo, 55, rico, sarado, bem vestido à caipira universitário, de fala articulada (como o ex-prefeito Bettoni e como Pio), com um plus: réu aguardando julgamento pelo assassinato de... dois guaranis". (APÚBLICA, 2016).

Se por um lado a linguagem jornalística é flexibilizada, por outro, há rigor quanto ao equilíbrio de vozes na reportagem. Além de índios, fazendeiros são ouvidos. Outras fontes também entram na apuração, como o procurador do MPF, Ricardo Ardenghi, a Polícia Federal, o Departamento de Operações de Fronteira (DOF), além de documentos, como a Constituição de 1988.

Além do texto, a narrativa conta com fotografias, feita pela repórter fotográfica Cris Loff e dois vídeos, feitos por celular. Um deles, uma gravação feita por jagunços sobre eles mesmos, onde exibem arcos e flechas tomados dos índios (e que acabou nas mãos das vítimas) e outro feito pelos índios, no momento em que fazendeiros chegavam em carros de luxo para um confronto. Os vídeos servem ao repórter como ponto de partida para entrevistar um dos jagunços envolvidos na primeira gravação e um dos fazendeiros, envolvido no caso da segunda. Trata-se, além disso, de documentos audiovisuais que funcionam também como provas da apuração e que dão ao internauta um tom de verdade dos fatos, a partir de uma ligação mais direta com os personagens da reportagem, uma vez que o material foi produzido por eles mesmos em momentos relevantes do acontecimento.

Já o site da *Ponte* produz e divulga reportagens, documentários e relatórios de pesquisa sobre direitos humanos, justiça, e segurança pública. Porém, conta com mais notícias publicadas, enquanto gênero jornalístico. Do dia 20 de outubro de 2015 ao dia 20 de janeiro de 2016, encontramos cinquenta e quatro notícias, dentre as setenta e duas matérias publicadas. As atualizações, portanto, são frequentes, apesar de ainda não seguirem um ritmo diário.

Podemos dizer que, de modo geral, as notícias publicadas pela *Ponte* apresentam, assim como no caso da *AP*, um título, um subtítulo e, em seguida, o corpo do trabalho, onde se desenvolve a narrativa. A maioria dos textos é escrita por repórteres da casa, ou por colaboradores, como resultado de uma apuração, mas há, também, textos opinativos e entrevistas. Além disso, ainda como no exemplo da *AP*, recursos como vídeos (produzidos pela equipe ou por amadores), fotografias, ilustrações, gráficos, hiperlinks e imagens de documentos são utilizados rotineiramente.

As matérias também variam muito quanto à construção do texto, numa mescla de estilos. Enquanto algumas seguem modelos narrativos tradicionais no jornalismo, outras buscam mais liberdade. Sobre o primeiro caso, podemos citar como exemplo a notícia da morte de seis jovens: “Atiradores matam 6 jovens em baile funk de São Paulo”, de 23 de dezembro de 2015. Nela, o repórter André Camarante se utiliza de dados numéricos e documentos, numa escrita objetiva e impessoal, com poucos recursos estilísticos. Além do subtítulo “Jovens tinham 17 e 19 anos e foram mortos no maior ‘pancadão’ da Cidade Tiradentes, periferia da zona leste paulistana, nos dias 13 e 21 deste mês. Ninguém foi preso pelos crimes”, o texto segue o estilo pirâmide invertida, com o primeiro parágrafo em lide: “Atiradores encapuzados e que circulam em dois carros (Honda Civic prata e Doblô branca), mataram seis jovens no mais tradicional baile funk da Cidade Tiradentes, periferia da zona leste de São Paulo. Quatro dos seis rapazes tinham 18 anos; um tinha 17; o mais velho, 19” (PONTE, 2016).

Além dos parentes e amigos das vítimas, que disseram acreditar que eram homens da polícia que estavam encapuzados e mataram os rapazes, a equipe

da *Ponte* procurou o secretário da Segurança Pública da gestão do governador de São Paulo Geraldo Alckmin (PSDB), Alexandre de Moraes, e o comandante-geral da PM, coronel Ricardo Gambaro. Contudo, ambos não quiseram falar. O repórter, então, decidiu transcrever a nota oficial enviada:

Por meio de nota oficial, a assessoria de imprensa da Segurança Pública informou: O delegado Anderson Honorato, do 54º DP [Cidade Tiradentes], informa que foi instaurado inquérito para investigar a morte dos jovens. O caso será encaminhado hoje ao DHPP [Departamento de Homicídios e Proteção à Pessoa] para continuidade nas investigações. (PONTE, 2016)

Como dissemos, a notícia é escrita conforme os padrões do jornalismo tradicional. André Camarante ordena os acontecimentos através de pirâmides invertidas, num agrupamento hierárquico das informações, não emite opinião sobre os fatos, é impessoal, coloquial, direto e utiliza datas e números, sem recursos estilísticos nessa construção. Houve um cuidado para que os lados envolvidos no caso fossem ouvidos sem, portanto, privilegiar uma única voz.

Quando analisamos as pautas e a interatividade proposta pela *Ponte*, percebemos que, além dos repórteres da equipe, outras pessoas, sejam elas jornalistas ou não, encontram espaço para publicações. Algumas delas trazem modelos narrativos menos preocupados com o padrão jornalístico tradicional de escrita. Um desses casos é o da matéria já citada “Policiais me espancaram e tentaram me jogar de escada”, de 16 de dezembro de 2015. O título traz uma frase de denúncia, em primeira pessoa e, no subtítulo, há uma afirmação sobre a violência cometida pela polícia contra o estudante, um espancamento: “Estudante de jornalismo espancado por policiais narra que PM humilhou e agrediu manifestantes sem motivo ontem na Praça da República”.

O texto segue, na voz do estudante de jornalismo Kaique Dalapola, 21 anos. Não há preocupação com uma construção clássica e a ordem dos fatos é cronológica:

Cerca de 60 estudantes, professores e jovens adeptos da tática Black Bloc se organizaram no vão do Masp (Museu de Arte de São Paulo), na Avenida Paulista, no final da tarde desta terça-feira (15/12). Depois

de muita conversa entre os estudantes, decidiram iniciar um ato saindo da Paulista e passando pelas ruas Augusta, Xavier de Toledo e Barão de Itapetininga, fechando as vias, até chegar à Secretaria Estadual da Educação, na Praça da República. (PONTE, 2016)

Em primeira pessoa, Kaique acusa os policiais de violência física e psicológica, na manifestação dos estudantes, contra a ocupação de escolas estaduais pelo governo do estado de São Paulo:

Desde o início, ainda na Paulista, alguns estudantes da Escola Estadual Fernão Dias, a segunda escola ocupada no estado, foram ameaçados por policiais militares, que diziam “quando chegar no centro quero ver você cantar”, entre outras ameaças. Quando o ato chegou na Praça da República, a alguns metros da Secretaria da Educação, os alunos da Fernão Dias que estavam sendo ameaçados entraram na estação República do metrô para ir embora. Isso gerou nítida confusão entre os PMs, que gritaram para os estudantes continuarem até a Secretaria. Vai “arregar”? Termina até aí, “cuzão”, disse um dos policiais aos alunos. (PONTE, 2016)

O aluno utiliza a fotografia de um ferimento na testa, causado pela agressão policial e descreve com detalhes os acontecimentos. Para exemplificar a narrativa, selecionamos dois trechos: “Vários estudantes levaram socos, chutes e golpes de cassetete. Fiquei próximo do grupo que estava apanhando e vi um estudante vindo em minha direção, sendo espancado por cerca de sete policiais” (PONTE, 2016). “Os policiais começaram a gritar: “Corre, corre, filho da puta”. Então comecei a correr. Logo, um grupo de PMs me cercou e eu senti um golpe de cassetete, de cima para baixo, que acertou a minha testa” (PONTE, 2016).

A *Ponte* fecha a denúncia com o seguinte parágrafo:

A reportagem da Ponte entrou em contato, por e-mail, às 16h50 de hoje (16/11), com a Secretaria de Estado da Segurança Pública e com a Polícia Militar do Estado de São Paulo em busca de um posicionamento a respeito do relato do estudante. Aguardamos uma resposta. (PONTE, 2016)

Trata-se, portanto, como dissemos, de uma denúncia em primeira pessoa, publicada pela *Ponte* e mediada apenas no sentido da busca por um posicionamento por parte dos acusados. A linguagem utilizada pelo estudante foi respeitada e mesmo os xingamentos que teriam sido ditos pelos policiais não

foram cortados ou substituídos por outras palavras. O acontecimento que levou vários estudantes secundaristas a se manifestar no estado de SP (dentre eles, os que foram citados na notícia) também não foi lembrado, como de costume nos veículos tradicionais.

O que podemos observar quanto aos modelos narrativos utilizados tanto pela *Agência Pública* quanto pela *Ponte* é que não há o compromisso de ruptura com os modos clássicos de escrita. Pelo contrário, há uma mescla de formatos. Alguns textos seguem premissas caras ao fazer jornalístico tradicional, como a utilização do *lide*, a escrita em pirâmide invertida, a impessoalidade, a objetividade, a fuga das abstrações e a construção de uma noção de verdade dos fatos, através do uso de recursos como documentos, estatísticas, datas e outros números. Por outro lado, vários trabalhos não se preocupam com essas regras e, de modo oposto, subvertem algumas delas, como vimos. Um ponto em comum que nos chama a atenção é que, em todas as matérias que analisamos, houve uma grande preocupação com uma regra básica do jornalismo clássico: o equilíbrio de vozes. Não foram encontrados materiais que deixassem de abordar os envolvidos no acontecimento, de modo geral.

Percebemos, portanto, que a concepção positivista que conduz a operação simbólica do jornalismo há séculos, numa tendência para que o diagnóstico do acontecimento social se dê através do estatuto da ciência, se mantém, em parte dos casos. A contribuição pragmática como forma de apreensão da realidade nos parece, desse modo, ser reconhecida em termos de sua importância, nos veículos analisados. Há, porém, ao mesmo tempo, a busca por uma renovação da linguagem jornalística através de uma intuição criadora, de uma modulação do arsenal racionalista tão frequente na escrita jornalística hegemônica. Encontramos, nesse sentido, narrativas menos rigorosas, que tentam ultrapassar os dados sistemáticos, as informações numéricas, as mensurações e as descrições objetivas numa apreensão mais poética, sensível e subjetiva.

Todo esse percurso nos parece ligado à mudança social e histórica que discutimos no segundo capítulo dessa dissertação e leva em conta, portanto, as exigências de uma sociedade complexa e midiaticizada. A abertura narrativa que se percebe busca acompanhar uma virada que se dá socialmente, no sentido de um público que, hoje, vive numa ambiência midiática. É neste sentido que a ênfase na utilidade pública do fazer jornalístico, como marco epistemológico, nos parece perpassar todos os aspectos de construção noticiosa que levantamos: no de responder a um público midiaticizado e de se adequar às suas exigências.

4.4.4 – O financiamento

Um último aspecto que consideramos importante nessa análise e que se associa a todos os outros é o modo de financiamento no jornalismo alternativo. Dizemos isso pois o lugar reservado ao público não costuma ser limitado ao de uma parceria na seleção de pautas e na produção de notícias. Os protocolos de interação vão além dessa relação. Em alguns casos, como vimos, os internautas são convidados também a apoiar financeiramente os coletivos e a colaborar, desse modo, com outra premissa que entendemos como fundamental aos jornalistas alternativos na atualidade: a garantia de sua liberdade econômica e o desprendimento de eventuais amarras no fazer jornalístico.

Ao analisar o caso da *Agência Pública*, percebemos vários apelos neste sentido. Para se manter num modelo independente de financiamento e recebimento de recursos, o grupo pede aos internautas que doem dinheiro através dos sistemas de pagamento *online PayPal* e *PagSeguro*. Há um ícone chamado “doe”, na seção “quem somos”, onde a *AP* explica a importância desse apoio para se manter independente: “Acreditamos que o bom jornalismo é essencial para uma melhor democracia. Para manter a nossa independência, contamos com a colaboração de apoiadores diversos. Seja um deles! A Pública – e o nosso público – agradecem!” (APÚBLICA, 2015)

O *crowdfunding* também é utilizado como meio de capitalização de reportagens e apoio a jornalistas que busquem ajuda em trabalhos investigativos. Até o momento foram realizadas duas campanhas desse tipo.

Como explicamos anteriormente, no primeiro *crowdfunding*, realizado em 2013, 808 doadores participaram e o valor arrecadado chegou a quase R\$59.000,00. Esse dinheiro financiou doze repórteres na execução de reportagens investigativas. Já o *crowdfunding* “Reportagem Pública 2015” recebeu apoio de 945 pessoas e o valor arrecadado foi de R\$70.225,00. A verba deverá financiar dez reportagens investigativas, ao longo de 2016. A lista com os nomes dos colaboradores do *crowdfunding* “Reportagem Pública” e do *crowdfunding* “Reportagem Pública 2015” está disponível no site.

O apoio financeiro é incentivado no sentido de uma aproximação com o público. Geralmente, quanto maior é a doação, mais acesso ao coletivo o colaborador pode ter. Segundo a *AP*, quem quiser pode, inclusive, ocupar literalmente a *Agência*: “faremos encontros aqui na nossa redação nos quais quem doar R\$130 ou mais vai poder conversar com nossos repórteres e participar de um dia de workshop prático sobre como planejar e tocar uma pauta investigativa.” (APÚBLICA, 2015).

Não são encontradas por nós informações com a descrição detalhada dos gastos de cada reportagem, numa prestação de contas do dinheiro recebido. Porém, a *AP* explica aos colaboradores como o dinheiro arrecadado deve ser distribuído. Abaixo segue uma imagem de um gráfico, feito pelo coletivo, e que encontramos já na página da campanha *crowdfunding*⁴⁸:

⁴⁸Disponível em: <https://www.catarse.me/reportagempublica2015>



Figura 7 – Gráfico sobre o emprego do dinheiro arrecadado”. Fonte: Site do Catarse.

Apesar desse grande apelo a uma ajuda financeira por parte do público, a AP conta com outras fontes de apoio. Não são aceitas verbas governamentais, nem empresarias. Trata-se de organizações internacionais que prezam pela defesa dos direitos humanos e que estariam ligadas a uma luta pelo direito da imprensa livre e independente. Na lista de financiadores, podemos citar a Fundação Ford (EUA), financiadora institucional da *Pública*, dentro do seu programa de Direito e Acesso à Mídia, e a *Open Society Foundations* (EUA), que financiou um dos projetos da AP. Não encontramos no site, contudo, informações mais detalhadas sobre esses apoios, como valores doados, por exemplo.

Assim como a AP, a *Ponte* é um coletivo sem fins lucrativos, que combate a dependência de verbas publicitárias ou governamentais, em prol da liberdade de posicionamento. Em entrevista à rede TV em 19/11/2014⁴⁹, a repórter Maria

⁴⁹ Disponível em: <http://www.redetv.uol.com.br/videos/redetvi-noticias/o-medo-nao-e-suficiente-para-calar-um-jornalista-da-ponte-diz-trevisan>

Carolina Trevisan explicou que, a princípio, eram os próprios colaboradores quem financiavam o projeto, com os salários recebidos de empregos em outros veículos. Contudo, o grupo estava em vias de se tornar uma organização social, buscando financiamento de organismos independentes, como fundações e institutos.

De 2014 até o momento não encontramos, contudo, outras entrevistas ou menções no site da *Ponte* sobre esse assunto. Não há referências a financiamentos e, além disso, não encontramos campanhas de *crowdfunding* ou espaços onde o público seja convidado a participar economicamente. Decidimos, então, enviar um *email* para o endereço reportagem@ponte.org, no dia 24 de janeiro de 2016, a fim de buscar informações a respeito do modelo de financiamento utilizado pela *Ponte*. O repórter Fausto Salvadori Filho nos retornou, informando que a situação permanece como aquela do início e que coletivo segue sendo mantido pelos jornalistas fundadores do projeto. Segundo ele, ainda não foram feitas campanhas de financiamento coletivo pois só agora foi aberta uma conta bancária com o CNPJ da *Ponte*. O jornalista destaca a dificuldade encontrada pelo grupo em termos administrativos, uma vez que a equipe, formada essencialmente por jornalistas, despende todo o seu tempo no próprio trabalho jornalístico. A intenção, contudo, é de que, no futuro, a *Ponte* se transforme no meio de sustento dos integrantes do grupo. Salvadori ressalta ainda, no *email*, que não se trata de obtenção de lucro, mas de arrecadação de dinheiro suficiente para que os jornalistas possam se dedicar ao projeto como sua atividade principal, aumentando a sua qualidade.

Encontrar caminhos a esta questão parece fazer parte de uma luta comum aos jornalistas alternativos. A complexidade deste desafio, inclusive, revela nuances que vão além do próprio sustento, num trabalho que desafia a política financeira estabelecida, pelo não alinhamento às instituições de mercado que representam a grande instância de poder dentro de uma política neoliberal. Dizer aos internautas que o veículo não está inserido num determinado *modus operandi* do mercado é dizer que há menos amarras e mais liberdade para que seus interesses sejam, de fato, atendidos na produção noticiosa.

Trata-se, portanto, e mais uma vez, de um movimento em favor de um interesse público, que teria sido subjugado no fazer hegemônico, e da tentativa de recuperação de uma credibilidade perdida. Os sites buscam, dentro da perspectiva do jornalismo alternativo, portanto, questionar uma possível prevalência de interesses econômicos sobre os interesses públicos, na grande mídia. *AP* e *Ponte* se colocam, assim, mesmo que de modos ainda bastante distintos, como espaços livres de amarras financeiras e por onde escoariam, com mais facilidade, os verdadeiros interesses populares.

Essa questão do financiamento nos parece, neste momento, como aquela que age como um fio condutor que permite aos nossos objetos sustentar outros posicionamentos que, como uma contraface ao modelo hegemônico, atuam como alternativos, dentro do campo. É a partir desse não alinhamento às instituições de mercado que se torna possível manter uma linha editorial mais crítica dos sistemas dominantes, desenhar caminhos narrativos mais ou menos distantes daqueles considerados como tradicionais, e estabelecer novos protocolos de interação com o público. Para além dessa constatação, contudo, nos parecem emergir como potencializadoras desse aspecto, as esferas da tecnologia e da sociabilidade, que empoderam o público quanto à possibilidade de avaliação e produção de conteúdo.

Essa reflexão teórico-metodológica que construímos até agora, a partir do conteúdo produzido tanto pela *Agência Pública* quanto pela *Ponte*, nos indica que, neste momento, já se faz necessário seguir para uma análise mais conclusiva do que encontramos. Como dissemos, o resultado dos nossos estudos deve estar, inevitavelmente, ligado à escolha dos nossos objetos. Assim, nossa intenção, nas próximas páginas, será a de expor, a partir dessas amostras escolhidas e de todo o referencial teórico que propusemos, nossas considerações finais a respeito de tudo o que constatamos neste trabalho sobre os modos de apresentação e atuação da imprensa alternativa do país, no contexto atual da internet brasileira.

5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

As relações econômicas, sociais e culturais contemporâneas, marcadas pelo desenvolvimento de novas tecnologias e pelas exigências de uma sociedade complexa e midiaticizada, possibilitam a expansão de novos protocolos de comunicação e de novas formas de prismação do real. Nesse contexto, o jornalismo tradicional nos parece ser atravessado por eixos tensionadores que o convidam a uma reconfiguração de processos informativos e epistemológicos.

Como dissemos nas páginas anteriores, existem, na atualidade, quatro eixos que podem ser considerados como vetores de tensão desse paradigma positivista de produção noticiosa. As esferas tecnológica, social, epistemológica e econômica, nesse aspecto, se entrecruzam e influenciam, formando um contexto em que o jornalismo clássico se encontra pressionado a uma crítica de seus modelos produtivos e teóricos.

É fundamental reconhecer que, historicamente, o jornalismo foi constantemente influenciado pelas configurações de cada época. Por esse motivo, reafirmamos que essas tensões às quais nos referimos estão ligadas à prática tal qual nós a conhecemos hoje. Nessa mesma lógica, ao longo da história surgiram movimentos de resposta e resistência que, a partir de um lugar constituinte do próprio campo, buscaram atuar como um contraponto, ou como uma contraface àquele fazer considerado como o hegemônico, num percurso que consideramos como espiralar. Trata-se de iniciativas que pregaram um modo alternativo de se colocar frente ao modelo dominante, provocando questionamentos, formando correntes de resposta e deixando novos legados.

No caso contemporâneo, o jornalismo alternativo se coloca como iniciativa prática e conceitualmente mais adequada às exigências da sociedade midiaticizada atual. A análise do *corpus* desta pesquisa nos indica que existe, em nossos objetos, uma clara tentativa de flexibilização da construção da notícia, que se dá em vários aspectos. Desde a pauta, passando pela interatividade, pelos modelos narrativos e pelos posicionamentos econômicos, há um afrouxamento de regras tanto para o lugar do público quanto para o do jornalista.

Dizemos afrouxamento, pois verificamos que não existe uma ruptura completa com os modos e práticas do jornalismo considerado como o hegemônico, mas uma modulação.

Se as pautas procuram abrir o espaço midiático a segmentos sociais marginalizados, num posicionamento crítico das convenções de fontes de notícias e representação na grande mídia, os protocolos de interação propostos nesses sites criam canais mais diretos de fala, onde o público pode atuar, também, como produtor. Além disso, ao mesmo tempo em que os modelos narrativos buscam garantir que esse espaço seja menos regido pelas regras clássicas do fazer jornalístico, a defesa de uma liberdade financeira e, consequentemente editorial, é o que parece dar suporte a todos esses modos e colocações.

Tanto a *Agência Pública* quanto a *Ponte* se apresentam como experiências que seguem esse modelo alternativo, rejeitando um determinado *modus operandi* do mercado, num movimento em favor de mais autonomia e liberdade na linha editorial. As pautas confrontam a estrutura midiática monopolizada, priorizando uma postura crítica sobre os seus modos de representação, num claro posicionamento em favor da defesa dos direitos humanos e da denúncia de abusos de poder gerada por grandes empresas ou organismos do estado. Ambos os sites se empenham continuamente pela deslegitimação da desigualdade social e da violência contra grupos marginalizados, num trabalho que busca o empoderamento desse público, através da publicização e da desnaturalização de injustiças e opressões vividas pelos segmentos mais vulneráveis. Trata-se, por fim, de uma tentativa de correção do que se considera como um desequilíbrio de poder na mídia *mainstream*, que favoreceria determinados grupos em detrimento de outros.

A abertura de canais mais diretos de fala e de influência sobre a escolha do que precisa ser pautado reforça a postura crítica à grande mídia, no sentido do estabelecimento de um espaço mais livre para a produção de conteúdo noticioso, tanto para o público quanto para jornalistas. Os protocolos de

interação, portanto, reivindicam uma participação efetiva e ininterrupta desses grupos, gerando uma relação de maior proximidade e de mais comprometimento com os seus interesses.

Além da abertura desses canais de fala mais diretos, é possível notar uma flexibilização dos modos clássicos de escrita jornalística. Dizemos isso pois não verificamos uma ruptura, mas uma mescla de formatos. Enquanto alguns textos prezam pela permanência de práticas de apuração e escritas caras ao jornalismo tradicional, numa herança positivista, outros abandonam regras e se lançam sobre novos formatos, mais descompromissados com estruturas como o *lide* e a pirâmide invertida, e com normas como as de impessoalidade e objetividade do texto. A concepção positivista, desse modo, nos parece ser reconhecida em termos de sua importância, apesar de haver uma clara busca por uma renovação da linguagem, numa forma de prismação da realidade mais poética, sensível e subjetiva.

As possíveis desconstruções do modelo narrativo tradicional, por outro lado, só nos parecem viáveis graças ao profundo conhecimento desse próprio modelo. É esse domínio que torna possível a escolha entre formatos. Tanto na *Agência Pública* quanto na *Ponte*, foi possível notar essa preocupação. A regra básica do equilíbrio de vozes, por exemplo, não foi abandonada em nenhuma das reportagens que analisamos, reforçando a importância dessa premissa dentro da atividade jornalística e, conseqüentemente, marcando o lugar do jornalista enquanto mediador. Esse aspecto, inclusive, ressalta uma grande diferença em relação a outras unidades de notícia, menos comprometidas com a informação jornalística, como é muitas vezes o caso de conteúdos encontrados em redes sociais.

Essa maior liberdade na elaboração da linha editorial, na concepção do conteúdo e no reforço da interatividade é também viabilizada pelas condições sociais e tecnológicas da atualidade, onde o público se torna mais autônomo quanto à possibilidade de avaliação e produção de material midiático e, inclusive, noticioso. Nesse contexto, a questão do financiamento se coloca como um fio

condutor que sustenta os ideais do jornalismo alternativo. Queremos dizer com isso que nos parece clara a intenção de uma independência econômica de grupos que representam, hoje, a grande instância de poder. Todas as críticas à grande mídia e todas as proposições de contraface ou de modulação da sua produção somente se tornam plausíveis e possíveis se embasadas por essa rejeição a um modo de produção jornalística mercantil, onde interesses econômicos parecem sobre os interesses populares.

Como vimos, ao anunciarem que abrem mão do lucro, *Agência Pública* e *Ponte* se colocam a favor do recebimento de verbas vindas de organismos independentes, como fundações e institutos. Para além disso, é o apoio financeiro do público que garante, ou que deve garantir, a viabilidade de muitos projetos. Trata-se, portanto, de mais um ponto de aproximação onde uma relação de confiança com os internautas é reforçada. Nesse sentido, acreditamos ser de fundamental importância que os veículos deixem todos os gastos aparentes, inclusive em relação ao que é aplicado nas reportagens.

Ainda sobre essa construção de uma relação de confiança entre os internautas e os veículos, acreditamos ser interessante citar o caso da *Agência Pública*, onde doadores podem, inclusive, conhecer a redação e os jornalistas do coletivo. Vista como “recompensa” ou retribuição do meio àqueles que mais colaboram economicamente, essa possibilidade de acesso aos bastidores da notícia, que torna o público mais integrado ao grupo, valoriza a posição dos profissionais. O mesmo se dá quando são promovidos cursos e festas, de que esses patrocinadores são convidados a participar.

Sobre esse aspecto da valorização do lugar do profissional, notamos que há diversos posicionamentos constitutivos dessa construção. Nesse sentido, podemos citar a importância dada à experiência curricular dos integrantes dos veículos, o seguimento de regras que, mesmo que definidas pelos próprios coletivos, norteiam as publicações dos sites, e o serviço de mentorias para a construção das reportagens que são feitas por colaboradores esporádicos, como modos de reforço do lugar do jornalista.

Todos esses aspectos também acabam por atuar como legitimadores do próprio campo, de modo geral. O jornalismo alternativo contemporâneo, a partir dos conceitos que expusemos ao longo dessa dissertação e das experiências analisadas, parece-nos defender o lugar do fazer jornalístico como de fundamental relevância social, como um espaço destinado ao debate público e à melhoria das condições democráticas. Trata-se, como vimos, de uma defesa do campo baseada na crítica ao seu modelo dominante atual, e que recupera, no entanto, alguns preceitos básicos do jornalismo moderno.

O ponto central onde essa questão parece de fato desaguar é o ideal de interesse público, no sentido democrático do termo. A partir das experiências analisadas por nós, acreditamos ser possível dizer que o jornalismo alternativo na contemporaneidade busca, sim, rejeitar o modelo hegemônico a partir do resgate do que há de mais elementar em seu discurso, da sua premissa fundadora: o serviço a um ideal popular. Se essa ideia reivindicada hoje é aquela mesma da produção jornalística clássica, ou não, entretanto, nos parece uma questão de olhar. O discurso, quando inovador, nos indica que essa reivindicação trata da invenção de um interesse público que, na verdade, não está na tradição. Inversamente, se mais conservador, parece tentar recuperar um passado onde o fazer clássico estaria, sim, intimamente ligado ao ideal de serviço democrático.

O interesse público do jornalismo tradicional, ligado ao surgimento da burguesia e, portanto, baseado na autodeterminação dos sujeitos e na argumentação democrática enquanto princípio protetor dos direitos da sociedade civil, sempre entendeu como público um determinado grupo dotado de certo poder representativo, do qual mulheres e negros, por exemplo, não faziam parte. Na atualidade, como vimos, a imprensa assumiu características empresariais, estando muito mais voltada a “suprir o mercado de informações” que a “suprir a arena da opinião civil” (GOMES, 2009, p.75). O sentido da palavra “público” nesse aspecto, inclusive, muitas vezes pode se confundir com o termo “audiência”. O jornalismo alternativo contemporâneo, por outro lado, nos parece buscar uma ressignificação do termo “interesse público”. O seu sentido norteador

estaria na defesa dos direitos humanos e, portanto, na valorização de narrativas sobre minorias e segmentos sociais marginalizados, considerados sub-representados na grande mídia.

Fato é que esse ideal de serviço democrático se apresenta como espinha dorsal tanto do fazer hegemônico quanto do periférico, realizando, mesmo que de modos distintos, o que nos parece como uma conversão de sentidos. Longe de quisermos dividir moralmente a questão do interesse público entre um serviço que seja verdadeiro ou mentiroso, nossa intenção é a de abrir uma reflexão para a ideia de que, talvez, a premissa de serviço a um interesse público único não seja suficiente para fundamentar todo o discurso de autolegitimação da atividade jornalística. Desse modo, acabamos por lançar luz a uma ideia já discutida por Wilson Gomes (2009), em *Jornalismos, Fatos e Interesses*: o estudo de um valor ético que possa existir, também, no conceito de “interesse das audiências”, e o questionamento, portanto, dessa lógica que parece embasar a briga por um sentido único e absoluto como orientador de toda a identidade jornalística. Mas essa é uma questão bastante polêmica e desafiadora, que nos indica que, possivelmente, nossos questionamentos devam ir adiante, num trabalho de investigação que se estende.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMERICAN SOCIETY OF NEWS EDITORS. **Examining Our Credibility: Perspectives of the Public and the Press.** Disponível em: <http://files.asne.org/kiosk/reports/99reports/1999examiningourcredibility/Index.html>. Acesso em 20 de agosto de 2015.

APUBLICA. Disponível em: <http://apublica.org> Acesso em: 20 de jan. de 2016.

ARANHA, M. L.; MARTINS, M. H. **Filosofando: introdução à filosofia.** 2ª ed. São Paulo: Moderna, 1995.

ARAÚJO, Cidália et al. **Estudo de Caso. Métodos de Investigação em Educação.** Instituto de Educação e Psicologia, Universidade do Minho, 2008. Disponível em http://grupo4te.com.sapo.pt/estudo_caso.pdf. Acesso em: 10 de jan. 2016.

ATTON, Chris. **Alternative media.** London: SAGE, 2005

ATTON, Chris; HAMILTON, James F. **Alternative Journalism.** Londres: SAGE Publications Ltd, 2008.

BRAGA, José Luiz. **Mediatização como processo interacional de referencia.** In: ENCONTRO DA COMPÓS, 15., 2006, Bauru. Anais... Bauru: Compós, 2006.

BREINER, James. **Rede de Jornalistas Internacionais.** Entrevista concedida. Disponível em: <https://ijnet.org/pt-br/blog/mais-fontes-de-receitas-alternativas-para-organizacoes-digitais-de-noticias>. Acesso em 15 de nov. de 2015.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder simbólico.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão: seguido de A Influência do Jornalismo e os Jogos Olímpicos.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CAMARANTE, André. **Geledés.** Entrevista concedida. Disponível em: <http://www.geledes.org.br/ponte-jornalistas-lancam-canal-online-sobre-seguranca-publica-justica-e-direitos-humanos/> Acesso em 13 de jan. de 2016.

CARVALHO, Guilherme. **Jornalismo Alternativo na era digital: reportagens da Agência Pública.** Alterjor (ECA-USP. São Paulo. Ano 02– Volume 02 Edição 04. 2011.

CARTARSE. Disponível em: <https://www.catarse.me/> Acesso em: 20 de jan. de 2016.

CHAN, Ying. **Revista Fórum.** Disponível em: <http://www.revistaforum.com.br/blog/2013/10/o-melhor-jornalismo-e-digital-e-independente/>. Acesso em: 13 de nov. de 2015.

CHINEM, Rivaldo. **Imprensa alternativa: jornalismo de oposição e inovação**. São Paulo: Ática, 1995.

DAHLGREN, Peter. **The troubling evolution of journalism**. In: ZELIZER, Barbie (org.). **The changing faces of journalism: tabloidization, technology and truthiness**. New York: Routledge, 2009. p 146-160

DOWNING, J. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. São Paulo: Senac, 2002.

FAUSTO NETO, Antônio. **Lula e a crise de 2008**. Revista FAMECOS. Porto Alegre. 2011.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, Fatos e Interesses**. Florianópolis: Insular, 2009.

GRINBERG, Máximo Simpson. **A Comunicação Alternativa na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1987.

INSTITUTO BRASILEIRO DE PESQUISA E ESTATÍSTICA. **Índice de confiança social**. Disponível em <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Ap%C3%B3s-queda-acentuada-em-2013,Indice-de-Confianca-Social-se-estabiliza.aspx>

INSTITUTO REUTERS DA UNIVERSIDADE DE OXFORD. **Relatório anual 2014/2015**. Disponível em: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/page/research>. Acesso em 20 de agosto de 2015.

LEAL, Bruno; JÁCOME, Phellipy; MANNA, Nuno. **A “crise” do jornalismo: O que ela afirma, o que ela esquece**. Trabalho apresentado no GT de História do Jornalismo, integrante do 9º Encontro Nacional de História da Mídia, 2013.

JELLINEK, Sérgio. **A promessa do jornalismo digital independente**. In: **Observatório da imprensa**. Ed. 803. 17 jun. 2015. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed803_a_promessa_do_jornalismo_digital_independente.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo: Página Aberta, 1991.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do Jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KURTS, Howard. **Media Circus: the trouble with america`s newspaper**. United States of America: Times Books, 1993.

LEMERT, Charles. **Pós-modernismo não é o que você pensa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2000.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. New York: Paper press, 1991.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1988.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2000.

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

MARQUES DE MELO, José & ASSIS, Francisco de. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UESP, 2010.

MARSHALL, Leandro. **O Jornalismo na Era da Publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **As formas mestiças da mídia**. Revista FAPESP, São Paulo, p.10-15, set. 2009.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo. Contexto, 2008.

MEDINA, Cremilda. **Ciência e Jornalismo. Da herança positivista ao diálogo dos afetos**. São Paulo. Summus, 2008.

MELO, Patrícia Bandeira de. **Polêmicas no jornalismo no século XXI: discussões a partir da revista Carta Capital**. Artigo publicado na revista contemporânea - comunicação e cultura - vol.09 – n.02 – agosto de 2011

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?** São Paulo: Contexto, 2007.

MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo. Boitempo, 2013.

OLIVEIRA, Dennis de. **Jornalismo alternativo, o utopismo iconoclasta**. ISBPJor. Anais do VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo. 2009.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário**. São Paulo. Contexto, 2008.

PERUZZO, Cicilia. **Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço**. Galáxia: revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, n. 17, p. 131-146, jun. 2009.

PINTO, Manuel (2004). **Ventos cruzados sobre o campo jornalístico. Percepções de profissionais sobre as mudanças em Curos**. in Actas do II Encontro Ibérico de Ciências da Comunicação realizado na Universidade da Beira Interior em 23 e 24 de Abril.

PONTE. Disponível em: <http://ponte.org>. Acesso em: 20 de jan. de 2016.

QUEIROGA, Antônio. **Um futuro para o Jornalismo: as tecnologias da notícia**. Florianópolis. 7ed. 2004. 06 ago. 2015. Disponível em: <http://www.fnpj.org.br/dados/grupos/um-futuropara-o-jornalismo-as-tecnologias-da-noticia%5B55%5D.pdf>.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídias**. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Memórias de jornalista: um estudo sobre o conceito de objetividade nos relatos dos homens de imprensa nos anos 50**. In: FRANÇA, Vera. Livro XI Compós 2002: estudos de comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2003.

ROSEN, Jay. **The People Formerly Known as the Audience**. 06 ago. 2015. Disponível em: http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html

RITCHIN, Fred. **Bending the frame**. New York: Artbook/Dap, 2013.

RITCHIN, Fred. **Fotojornalismo em crise?** Revista Zum. São Paulo, p.138-151. Abr. 2014.

SALVADORI FILHO, Fausto. **reportagem@ponte.org**. Ponte – Dissertação de Mestrado. 24 de jan. de 2016. Email para Elisangela Colodeti. colodetie@hotmail.com

SANTOS, Boaventura de Souza. **Um discurso sobre as Ciências**. Porto: Edições Afrontamento, 1988.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Pesquisa de mídia nacional**. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/BlogDoPlanalto/livro-2015-ok-3-2>. Acesso em 20 de agosto de 2015.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho. Uma teoria da Comunicação Linear e em Rede**. Petrópolis: Vozes, 2006.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus, 1986.

SODRÉ, Nelson Werneck. **A história da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TRAQUINA, Nelson. **O que é jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, v. 2, 2005.

TREVISAN, Maria Carolina. **Rede TV**. São Paulo, março de 200. Entrevista concedida. Disponível em: Disponível em:<http://www.redetv.uol.com.br/videos/redetvi-noticias/maria-carolina-trevisan-apresenta-o-coletivo-ponte-jornalismo> Acesso em 21 de janeiro de 2015.

TURNER, Graeme. **Ordinary People and the Media. The Demotic Turn**. Londres: SAGES Publications Ltd. 2010.
