

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

VALQUÍRIA DE CÁSSIA TAVARES

**AS ESTRATÉGIAS DE MÍDIAS SOCIAIS UTILIZADAS
NO JORNALISMO ALTERNATIVO: O CASO DOS
“JORNALISTAS LIVRES” EM BELO HORIZONTE-MG**

BAURU
2016

VALQUÍRIA DE CÁSSIA TAVARES

**AS ESTRATÉGIAS DE MÍDIAS SOCIAIS UTILIZADAS
NO JORNALISMO ALTERNATIVO: O CASO DOS
“JORNALISTAS LIVRES” EM BELO HORIZONTE-MG**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da Profa. M.^a Mayra Fernanda Ferreira.

BAURU
2016

T226e	<p data-bbox="526 1409 878 1440">Tavares, Valquíria de Cássia</p> <p data-bbox="526 1472 1284 1598">As estratégias de mídias sociais utilizadas no jornalismo alternativo: o caso dos “Jornalistas Livres” em Belo Horizonte-MG / Valquíria de Cássia Tavares. -- 2016. 116 f.: il.</p> <p data-bbox="574 1629 1175 1661">Orientadora: Profa. M.^a Mayra Fernanda Ferreira.</p> <p data-bbox="526 1692 1284 1787">Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Jornalismo) – Universidade do Sagrado Coração – Bauru – SP.</p> <p data-bbox="526 1818 1284 1913">1. Jornalismo. 2. Jornalismo Alternativo. 3. Mídia Digital. 4. Estratégias de Mídia Social. 5. Jornalistas Livres. I. Ferreira, Mayra Fernanda. II. Título.</p>
-------	---

VALQUÍRIA DE CÁSSIA TAVARES

**AS ESTRATÉGIAS DE MÍDIAS SOCIAIS UTILIZADAS NO
JORNALISMO ALTERNATIVO: O CASO DOS “JORNALISTAS
LIVRES” EM BELO HORIZONTE-MG**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da Profa. M.^a Mayra Fernanda Ferreira.

Banca examinadora:

Profa. M.^a Mayra Fernanda Ferreira
Universidade do Sagrado Coração

Profa. M.^a Daniela Pereira Bochembuzo
Universidade do Sagrado Coração

Prof. M.e Vinicius Martins Carrasco de Oliveira
Universidade do Sagrado Coração

Bauru, 06 de dezembro de 2016.

Dedico este trabalho aos meus pais, que mesmo não tendo tido a oportunidade de ingressar em um curso superior me incentivaram e me mostraram de alguma forma a importância do aprendizado e do conhecimento.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que está sempre comigo, me iluminando, me protegendo e me guiando para o melhor caminho.

Agradeço aos meus pais, Edna e José Carlos Tavares, que são meu porto seguro, meu acalento, meus motivos para ser feliz e a quem devo tudo o que sou hoje.

Ao meu noivo, Adriano, que surgiu para me fazer entender que os caminhos que Deus trilha para nós são perfeitos (ainda que demoramos para entendê-los). Obrigada por tornar meus dias mais felizes com um amor fácil e leve, que me ensina todo dia a ser uma pessoa melhor. E também, por entender a minha necessidade de terminar esta etapa da minha vida e adiar uma etapa que desejávamos e que, se Deus quiser, nos fará muito felizes.

À toda a minha família, em especial aos meus irmãos Carlos Henrique e Guilherme e as minhas cunhadas Ana Paula e Jéssica, as quais tenho carinho como se fossem minhas irmãs também. À minha sobrinha Melina e ao sobrinho(a) que está chegando para iluminar ainda mais a nossa família.

À família do meu noivo, que agora também será minha família, e a qual tenho profunda admiração e apreço. Muito obrigada por torcerem por mim.

À todos os professores do curso de Jornalismo, em especial à minha orientadora, a querida Profa. Mayra F. Ferreira, pessoa incrível e grande exemplo de profissional e ser humano da qual vou sempre lembrar com muito carinho. Obrigada Mayra por entender as minhas necessidades, e por me ajudar em tudo o que pode e mais um pouco, com certeza sem você nada disso teria sido possível.

À Profa. Daniela Pereira Bochembuzo, que juntamente com a Profa. Mayra, me fizeram enxergar que dentre tantas pessoas que fazem exatamente a mesma coisa sempre têm aquelas que resolvem fazer melhor. Minha admiração absoluta à vocês!

À todos os meus amigos do curso, em especial à Flavinha Stopa, Ednan, Gui Lima, Talessinha, Mayrilaine, Luana Correia, André e sobretudo à Letícia Peña que me acompanhou diariamente nessa jornada sendo uma excelente e especial amiga. Muito obrigada pelos momentos que passamos juntas Le, amo você!

À todos da Biblioteca Central “Cor Jesu” por todo o aprendizado e amizade.

Aos meus amigos de Gália-SP, por me mostrarem o valor da amizade e torcerem sempre por mim, e por fim, à Universidade do Sagrado Coração, por ter me oportunizado a realização deste curso.

“De forma confusa, raivosa e otimista, foi surgindo por sua vez essa consciência de milhares de pessoas que eram ao mesmo tempo indivíduos e um coletivo, pois estavam – e estão – sempre conectadas, conectadas em rede e enredadas na rua, mão na mão, tuítes a tuítes, post a post, imagem a imagem. Um mundo de virtualidade real e realidade multimodal, um mundo novo que já não é novo, mas que as gerações mais jovens veem como seu.” (CASTELLS, 2013, p. 179-180).

RESUMO

O rápido desenvolvimento tecnológico encontra na informação e comunicação um intenso vínculo. Com o advento da Internet, as rotinas de produção em produtos comunicacionais foram modificadas. O uso das redes sociais digitais fizeram com que os jornalistas ganhassem força, pois há mais estrutura para atuar de forma independente aos meios de comunicação do mercado convencional. Nesse sentido, o jornalismo alternativo atua no campo popular como uma ferramenta para a comunicação sem deixar de lado a militância social, em que jornalistas e/ou comunicadores devem estar sempre com uma clara tendência a democratizar a palavra e a informação. (MORAES, 2007). Partindo desse contexto, nosso objetivo é compreender, sistematizar e apontar as estratégias de mídia social que o profissional com formação jornalística, atuante no jornalismo alternativo, estabelece em sua rotina jornalística, interferindo na linguagem, formato e conteúdos noticiosos. O objeto de estudo é a rede “Jornalistas Livres” em Belo Horizonte-MG, a escolha se deu por se tratar de um grupo que conseguiu, em pouco tempo de atuação, relevante visibilidade nas redes sociais. Metodologicamente utilizaremos a entrevista em profundidade para a qual convidamos três jornalistas atuantes da rede a participar de modo presencial. A pesquisa é de caráter qualitativo e as respostas obtidas compõem a análise sobre a atuação do jornalismo alternativo e as possibilidades de produção de conteúdo em mídias sociais. Espera-se com a metodologia adotada a compreensão das estratégias jornalísticas no cenário digital no qual a comunicação se encontra. Esta pesquisa é de relevância tendo em vista o cenário da mídia digital e a presença de práticas jornalísticas nesse ambiente informacional e em rede. Observar criticamente a atuação em mídias sociais de uma rede de jornalistas independentes abre perspectivas para a Comunicação e para os produtores e público de notícias.

Palavras-chave: Jornalismo. Jornalismo alternativo. Mídia Digital. Estratégias de Mídia Social. Jornalistas Livres.

ABSTRACT

The fast technological development finds in information and communication an intense bond. With the advent of the Internet, production routines in communicational products have been modified. The use of digital social networks made the journalists gain strength, because there is more structure to act independently to the media of the conventional market. In this sense, alternative journalism acts in the popular field as a tool for communication without leaving aside social militancy, in which journalists and / or communicators must always have a clear tendency to democratize the word and information. (MORAES, 2007). Based on this context, our objective is to understand, systematize and point out the social media strategies that professionals with journalistic training, acting in the independent media, establish in their journalistic routine, interfering in the language, format and news content. The object of study is the "Free Journalists" network in Belo Horizonte-MG, the choice was made because it was a group that achieved, in a short period of time, relevant visibility in social networks. Methodologically, we will use the in-depth interview where we will invite three active journalists from the network to attend in person. The research is of a qualitative nature and the answers obtained will compose the analysis about the performance of alternative journalism and the possibilities of producing content in social media. Methodologically we will use the in-depth interview, which allows to evaluate the structure of certain subjects from the contact with journalists of the network. It is expected with the adopted methodology the understanding of the journalistic strategies in the digital scenario in which the communication is. This research is relevant considering the digital media scenario and the presence of journalistic practices in this informational and networked environment. Critically observing the social media performance of a network of independent journalists opens up perspectives for the Communication and for the producers and the news public.

Keywords: Journalism. Alternative journalism. Digital media. Social Media Strategies. Free Journalists.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	PROBLEMA.....	14
1.2	HIPÓTESE	14
1.3	OBJETIVOS	14
1.4	JUSTIFICATIVA	15
1.5	ESTRUTURA DO TRABALHO	16
2	JORNALISMO	19
2.1	ELEMENTOS DO JORNALISMO	23
3	JORNALISMO DIGITAL	27
3.1	O SURGIMENTO DA INTERNET.....	27
3.2	ORIGEM E CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO DIGITAL.....	30
3.2.1	Fases da evolução do Jornalismo Digital	33
3.2.1.1	<i>Fase 1 - Primeira geração</i>	33
3.2.1.2	<i>Fase 2 - Segunda geração</i>	34
3.2.1.3	<i>Fase 3 - Terceira geração</i>	34
3.2.2	Elementos e características do jornalismo digital	35
3.3	A REALIDADE DA CIBERCULTURA	37
3.4	AS REDES SOCIAIS DIGITAIS.....	39
3.4.1	Estratégias do jornalismo nas redes sociais digitais.....	41
4	JORNALISMO ALTERNATIVO	47
4.1	JORNALISMO ALTERNATIVO NO BRASIL	49
4.2	A INTERNET E O JORNALISMO ALTERNATIVO	52
5	JORNALISTAS LIVRES E AS MÍDIAS SOCIAIS: ANÁLISES E RESULTADOS	56
5.1	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	60
5.2	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	63
5.2.1	Primeiro entrevistado.....	63
5.2.1.1	<i>Categoria 1 - Entendimento do coletivo como um Jornalismo Alternativo</i> ..	64
5.2.1.2	<i>Categoria 2 - Presença do Jornalismo Alternativo no ambiente digital</i>	65
5.2.1.3	<i>Categoria 3 - Potencialidade e estratégias das mídias sociais digitais para o exercício do Jornalismo Alternativo</i>	66

5.2.1.4	<i>Categoria 4 - Principais mecanismos de sobrevivência na atuação dos “Jornalistas Livres”</i>	67
5.2.2	Segundo entrevistado.....	68
5.2.2.1	<i>Categoria 1 - Entendimento do coletivo como um Jornalismo Alternativo</i> ..	68
5.2.2.2	<i>Categoria 2 - Presença do Jornalismo Alternativo no ambiente digital</i>	69
5.2.2.3	<i>Categoria 3 - Potencialidade e estratégias das mídias sociais digitais para o exercício do Jornalismo Alternativo</i>	70
5.2.2.4	<i>Categoria 4 - Principais mecanismos de sobrevivência na atuação dos “Jornalistas Livres”</i>	71
5.2.3	Terceiro entrevistado.....	72
5.2.3.1	<i>Categoria 1 - Entendimento do coletivo como um Jornalismo Alternativo</i> ..	72
5.2.3.2	<i>Categoria 2 - Presença do Jornalismo Alternativo no ambiente digital</i>	72
5.2.3.3	<i>Categoria 3 - Potencialidade e estratégias das mídias sociais digitais para o exercício do Jornalismo Alternativo</i>	73
5.2.3.4	<i>Categoria 4 - Principais mecanismos de sobrevivência na atuação dos “Jornalistas Livres”</i>	74
5.2.4	Observações quanto às estratégias de mídias sociais.....	74
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
	REFERÊNCIAS	79
	APÊNDICE A - Roteiro de Entrevista	84
	APÊNDICE B - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	86
	APÊNDICE C - Transcrição das entrevistas	87
	ANEXO A - Parecer Consubstanciado do CEP	117

1 INTRODUÇÃO

A sociedade, ao longo de sua existência, tem passado por inúmeras transformações culturais, econômicas, sociais e mercadológicas. Uma das causas é o rápido desenvolvimento tecnológico dos últimos anos que encontra na informação e na comunicação um intenso vínculo. Simplificando Dowbor (2000, p. 47) explica:

[...] o que está mudando não é a comunicação, é a sociedade. E a comunicação desempenha um papel-chave nessa transformação. Não é apenas uma área, ou um setor de atividades: é uma dimensão de todos os setores, um vetor intensamente ramificado de transformação social.

Como exemplo, destacamos a maior transformação tecnológica: o advento da Internet. Segundo Recuero (2000), a Internet foi o primeiro meio a conjugar características como a interatividade e a massividade, possibilitando que todos sejam, ao mesmo tempo, emissores e receptores da mensagem. O número de serviços, atividades e possibilidades oferecidos pela rede é cada vez maior e, embora ainda não possa ser considerada totalmente acessível e democrática, reorganizou, como afirma Recuero (2000), os hábitos de socialização.

Para Ferrari (2010, p. 121), “A sociedade atual move-se em torno das pessoas, das suas histórias, de seus costumes, suas experiências de vida, enfim da informação individualizada e da tão falada democracia digital.” A democracia digital citada por Ferrari (2010) ocorre quando a internet se torna uma ferramenta de incentivo e fomento da democracia, facilitando a participação popular na vida política de cidades, estados e do país como um todo, participação esta que configura a luta por uma sociedade cada vez mais justa e democrática.

Para se ter uma dimensão da revolução social causada pela Internet, a pesquisa Ibope Nielsen Online realizada em 2015 destaca que a presença de computador com Internet na casa dos brasileiros cresceu 10 vezes nos últimos 15 anos. Em setembro de 2000, 9,8 milhões de pessoas moravam em residências com computador conectado. Em 2015, esse número chegou a 95,6 milhões. (NIELSEN COMPANY, 2015).

Segundo a pesquisa, os maiores saltos ocorreram em 2004, quando os brasileiros começaram a usar mais os sites sociais e, em 2007, quando o acesso se popularizou com o aumento da renda. No terceiro trimestre de 2015, o número de

peças que usam o smartphone com acesso à Internet no Brasil chegou a 76,1 milhões, o ritmo de crescimento da posse de smartphones em 2015 foi de mais de 1 milhão de pessoas por mês. (NIELSEN COMPANY, 2015).

O acesso às inovações tecnológicas, como evidenciam os números, provocaram mudanças profundas e contribuíram para que ocorressem transformações estruturais nos modos de expressão do jornalismo.

No âmbito profissional, esse cenário tem alterado as rotinas de produção em produtos comunicacionais, exigindo profissionais jornalistas mais versáteis, que dominem diversas ferramentas e linguagens e que façam conteúdo para várias plataformas. (SOUSA, 2013).

Conforme afirma Ferrari (2010, p. 21), com os meios digitais, “O fazer jornalístico virou de cabeça para baixo”, pois, devido à abertura de novos espaços de comunicação, os indivíduos passaram a ter mais facilidade de acesso e publicação de informações, sejam elas produzidas ou não por eles. Outro aspecto diz respeito aos conteúdos. O digital, ao contrário da comunicação escrita, potencializa o alcance ampliando as opções de leitura. O novo formato reformulou as telas hipertextuais com textos, imagens, simulações interativas e bases de dados em produto personalizado. (FERRARI, 2010).

Com o uso crescente das redes sociais digitais, os profissionais do jornalismo ganharam força desenvolvendo linguagens e formatos específicos para diversos conteúdos e passaram a contar com mais estrutura para atuar de forma alternativa e independente aos meios de comunicação instituídos no mercado convencional. (SILVA; EMERIM, 2015).

Recuero (2009, p. 24) define redes sociais como:

[...] um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) [...]. Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões.

Segundo Ferrari (2010, p. 41), “[...] a imprensa anda levando um banho das redes sociais”, pois há uma cobrança forte e exigente com relação à qualidade da informação. (MEYER, 2007). Com as redes sociais o público não precisa seguir o fluxo imposto:

[...] ‘a mídia social é a democratização da informação, transformando pessoas leitoras de conteúdo para publicadora de conteúdos’, uma interação social ‘usada efetivamente através da participação e da influência, não através de comando ou controle’ como ocorria na mídia tradicional. (EVANS, [200-?] apud FERRARI, 2000, p. 116).

Meyer (2007) afirma que a cobrança da qualidade da informação será boa para o jornalismo, já que grande parte da imprensa ficou arrogante e se acostumou com o monopólio da informação. Para o autor, a nova mídia será mais humilde e mais disposta a aprender.

Seguindo essa lógica de busca de aprendizados na Internet, “[...] o jornalismo alternativo e independente desta estrutura mercadológica e comercial desenvolve linguagens e formatos específicos” e, também propõe “[...] novos modelos de organização de negócio, próprios da lógica da web, como a produção colaborativa e o financiamento coletivo.” (SILVA; EMERIM, 2015, p. 76).

Oliveira (2009, p. 6) entende jornalismo alternativo como:

[...] 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. [...] é uma confrontação com a atual estrutura midiática monopolizada e que coloca o jornalismo como mais uma atividade mercantil. [...] podem configurar-se como elementos de construção de uma esfera pública alternativa, que esteja atendida com as demandas da maioria da sociedade.

O que foi denominado como jornalismo alternativo no Brasil se desenvolveu como resistência ao regime militar iniciado em 1964 com o Golpe de Estado, a fim de burlar a censura exercida sobre as publicações hegemônicas. (KUCINSKI, 2001).

Oliveira (2011) explica que a chamada imprensa alternativa, durante a ditadura militar no Brasil, se definia como um mecanismo de contra pauta que agia com a finalidade de apresentar assuntos de relevância para o público e furar o bloqueio à censura imposta pelo regime, ainda que incômodos para o governo autoritário:

“Era uma luta contra o silêncio imposto pelos detentores do poder. Hoje, o jornalismo alternativo não luta contra o silêncio imposto por ditaduras políticas, mas

pela ampliação das vozes na esfera pública, fato dificultado pela ditadura do capital.” (OLIVEIRA, 2011, p. 59).

O jornalismo alternativo atualmente tem a finalidade de ser oposição ao próprio jornalismo. Segundo Silva e Emerim (2015, p. 76), “[...] mais especificamente, ao seu caráter eminentemente funcional de empresa e às eventuais restrições que esta condição gera para a prática da atividade.” O que, de certa forma, também aconteceu durante a ditadura com os jornais de oposição, como o “Pasquim”

Assim, no Brasil, o surgimento destes grupos de jornalismo alternativo na Internet tem sido marcado pela autonomia dos profissionais frente ao poder econômico, pela insatisfação da classe jornalística com o jornalismo praticado nos meios de comunicação convencionais e à ausência de uma preocupação mais efetiva com as questões relevantes que circundam a sociedade. (SILVA; EMERIM, 2015).

Prado (2015, p.100-101) afirma que:

Um novo jornalismo surge com a vontade política de participação. Um jornalismo independente, que trabalha lado a lado com os colaboradores, cidadãos e não profissionais, muitas vezes chamado de coletivo e que produz farto material, tanto refinado quanto no formato bruto. [...] Usa a rede para se organizar por microarticuladores e, assim, disseminar seu conteúdo de maneira altamente distribuída no conhecido lema de todos para todos, sabendo que esse todos são somente os todos que estão interessados na real cobertura dos fatos e que não aguentam mais engolir passivamente o que vem sendo despejado pela mídia de massa.

Pensando nesse cenário e sua influência na produção e difusão de conteúdo, nesse trabalho adotaremos como objeto de estudo a atuação da rede de coletivos “Jornalistas Livres” nas mídias sociais.

Três jornalistas atuantes da rede foram convidados a participar de uma entrevista em profundidade, realizada de modo presencial. A pesquisa é de caráter qualitativo e as respostas obtidas comporão a análise sobre a atuação do jornalismo alternativo e as possibilidades de produção de conteúdo em mídias sociais.

1.1 PROBLEMA

Ao estipular tais objetivos, estabelecemos a problemática de que o momento atual pede uma profunda reflexão sobre o novo fazer profissional no que se refere ao jornalismo.

Nessa perspectiva, levantamos alguns questionamentos: É possível fazer jornalismo alternativo? Quais são as estratégias utilizadas para chegar a esse objetivo? Como se configura este novo jornalismo alternativo neste novo cenário de força da mídia social e do digital? Quais são as estratégias adotadas? Essas são questões que nos debruçamos, estabelecendo, a priori, como objeto de estudo a atuação do grupo “Jornalistas Livres” da cidade de Belo Horizonte-MG.

1.2 HIPÓTESE

Motivada pela hipótese de que a Internet possa estar influenciando fundamentos básicos do jornalismo e de que a mídia digital é a mais adequada para o exercício do jornalismo alternativo, iniciamos uma discussão sobre as estratégias que o profissional jornalista estabelece em sua rotina jornalística, interferindo na linguagem, formato e conteúdos noticiosos.

1.3 OBJETIVOS

O presente trabalho propõe compreender, sistematizar e apontar as estratégias de mídias sociais adotadas pelos profissionais, com formação em Jornalismo, no jornalismo alternativo tendo como objeto de estudo a atuação do grupo “Jornalistas Livres” em Belo Horizonte-MG.

Como objetivos específicos temos:

- a) demonstrar as características e desenvolvimento do jornalismo alternativo;
- b) verificar a eficácia do cenário digital e da mídia social para o desenvolvimento do jornalismo alternativo como mídia democrática e pluralista;

- c) compreender as rotinas produtivas e os principais mecanismos de sobrevivência na atuação dos “Jornalistas Livres”;
- d) contribuir no apontamento de tendências para a produção jornalística além do mercado tradicional;
- e) pontuar como se dá a adaptação da produção jornalística no cenário da web e da mídia social.

1.4 JUSTIFICATIVA

A principal finalidade do jornalismo, segundo Kovach e Rosenstiel (2003), é fornecer informações de interesse público para que cada cidadão seja livre e se autogoverne.

Preocupados com os rumos do jornalismo – inserido em uma lógica puramente comercial – e com a incredulidade por parte dos leitores, Kovach e Rosenstiel (2003) participaram do Comitê dos Jornalistas Preocupados ocorrido em Nova York em 4 de dezembro de 1997. A conclusão dos debates é apresentada como resultado no livro que elenca uma relação com nove elementos básicos do jornalismo que serão explicados posteriormente no decorrer da pesquisa.

Kovach e Rosenstiel (2003) afirmam que esses elementos não podem ser classificados rigidamente como lei, porém assemelham-se ao que a maioria dos jornalistas e cidadãos espera do jornalismo. Infelizmente, nos dias atuais, as empresas de jornais se tornaram corporações com interesses diversos. Sem independência jornalística e enfraquecendo o jornalismo na busca pela audiência, estas empresas não se preocupam mais com as grandes questões públicas.

Essa realidade não é condizente com o que é instruído nos cursos de comunicação. É sabido, que os meios de comunicação têm o dever de prezar pela pluralidade e direito à comunicação. Esse dever pressupõe que os cidadãos tenham veículos que lhes deem espaço para se expressarem, representatividade e autonomia frente aos meios de comunicação e acesso aos meios de produção e veiculação da informação.

Segundo Peruzzo (2008), quando as emissoras públicas não são o principal meio de informação de grande parte da sociedade e esses direitos não são assegurados pela mídia tradicional, os meios alternativos de mídia são criados como

uma opção enquanto fonte de informação, na busca de coberturas de temas ausentes da grande mídia e abordagens realizadas com criticidade aos conteúdos que são oferecidos.

Oliveira (2011) concorda afirmando que o jornalismo alternativo é garantia de uma reflexão radical da própria estrutura do debate democrático, cumprindo o importante papel de amplificador das vozes da esfera pública. Segundo o autor, com a existência do jornalismo alternativo as opiniões e os olhares sobre os assuntos se ampliam.

Sendo assim, o estudo é relevante, pois busca refletir e compreender o trabalho dos que se propõem a fazer um jornalismo alternativo capaz de retirar da grande mídia a condição de sujeito único do direito à liberdade de expressão (OLIVEIRA, 2011), divulgando assuntos geralmente ocultados, evitados ou ignorados pela imprensa tradicional.

A escolha deste tema deve-se também à visível necessidade do profissional jornalista em acompanhar essa revolução provocada pelo cenário digital e entender como se dá esse trabalho em um momento em que as mídias sociais estão com grande visibilidade e poder frente à participação da sociedade. Conforme explica Silva (2014, p. 106), “[...] não é mais o jornalista que pensa a pauta, define o enfoque da matéria e as fontes a serem ouvidas. Ele passa a monitorar essas tendências.” Isso ocorre pois a Internet tornou-se, segundo Silva (2014, p. 106) “[...] um pulso do que a população está pensando, fazendo e falando.”

Assim, torna-se relevante para o profissional que se dispõe a desvendar esse cenário digital na produção jornalística conhecer e adotar as estratégias de mídias sociais para utilizar e otimizar seus conteúdos noticiosos nas redes sociais digitais.

1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

Na primeira etapa do trabalho construímos o referencial teórico no qual a finalidade foi realizar um levantamento bibliográfico com o intuito de recolher informações acerca dos conceitos, definições e aspectos da temática abordada.

O referencial teórico do trabalho é alicerçado por autores da área da Comunicação como Raquel Recuero (2009), Polyanna Ferrari (2010), John D. H.

Downing (2002), Dennis de Oliveira (2009; 2011), Manuel Castells (2013), entre outros.

Os livros “A força da Mídia Social” e “Jornalismo Digital”, de Pollyana Ferrari (2015), e “Redes sociais na Internet”, de Raquel Recuero (2009), foram utilizados como base para a elaboração do trabalho, pois oferecem abordagens sobre a Internet e as redes sociais como campo de trabalho para jornalistas e evidenciam a importância na produção de conteúdos voltados para o meio digital.

Os artigos científicos de Dennis de Oliveira, bem como os livros “Mídia Radical”, de John D. H. Downing (2002), “Redes de indignação e esperança”, de Manuel Castells (2013), e “Teoria das Mídias Digitais”, de Luís Mauro Sá Martino (2014), foram utilizados para demonstrar e compreender a importância das mídias alternativas e independentes para a mobilização e transformação social e como elas estão utilizando os recursos da Internet e das redes sociais para democratizar e pluralizar a comunicação nos dias de hoje. Também foram utilizadas obras de Ciro Marcondes Filho, como o “Ser Jornalista”, e “Elementos de Jornalismo”, de Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003), para discorrer sobre o jornalismo e sua história.

Os livros de Gil (2008), Barros e Lehfeld (2000), Oliveira (1997) e Marconi e Lakatos (2001) foram utilizados para a elaboração da metodologia e também auxiliarão na parte estrutural deste trabalho.

No decorrer do estudo e com a revisão e ampliação de literatura, outras obras integraram a lista das referências bibliográficas para aprofundar o tema estudado.

Os capítulos estão delineados nos tópicos abaixo:

- a) Capítulo 1 - Introdução: o primeiro capítulo será o da Introdução, que consiste na apresentação inicial da temática da pesquisa, abordando os objetivos, as hipóteses, justificativas, problemáticas e questões que permeiam o estudo;
- b) Capítulo 2 - Jornalismo: o segundo capítulo do estudo traz um breve histórico sobre o Jornalismo com a finalidade de abordar o processo de construção social por meio da produção midiática e suas transformações ao longo dos anos e também apresentar os elementos básicos ao exercício da profissão propagados por Kovach e Rosenstiel (2003).
- c) Capítulo 3 - Jornalismo Digital: nesse estenderemos a questão do Jornalismo Digital, Cibercultura e Redes Sociais Digitais para

compreender o cenário tecnológico da comunicação na sociedade contemporânea;

- d) Capítulo 4 - Jornalismo alternativo: o jornalismo alternativo é o recorte do quarto capítulo, que traz definições e pontua um breve histórico sobre o surgimento do jornalismo alternativo no Brasil. Discorrerá sobre como o jornalismo alternativo é importante para a democratização e pluralidade da informação;
- e) Capítulo 5 - “Jornalistas Livres” e as mídias sociais: análises e resultados: o quinto capítulo terá uma breve explanação sobre o coletivo “Jornalistas Livres”, que é objeto do estudo, também descreverá a metodologia empregada para a elaboração do trabalho e a análise e discussão dos resultados obtidos com a utilização das entrevistas;
- f) Capítulo 6 - Considerações Finais: o último capítulo do projeto descreverá os resultados obtidos com o estudo realizado. Através da conclusão do projeto, será possível verificar se alcançamos os objetivos pretendidos com a metodologia e as formas de análise e pesquisa escolhidas.

2 JORNALISMO

A comunicação é uma necessidade do ser humano, sua sobrevivência e também a transmissão de uma herança cultural estavam correlacionadas com essa primeira necessidade de comunicar-se. (SOUSA, 2001).

Bahia (2015, p. 74) explica que a comunicação é cientificamente um processo social básico e socialmente, um processo vital:

A comunicação é por onde respira uma comunidade. A sociedade não existiria sem a troca de ideias, de emoções, de informações, sem o discurso – essas unidades criadoras de laços humanos, essas fontes geradoras de laços que tornam comuns as relações entre indivíduos e grupos.

Para Bahia (2015), o jornalismo é um dos meios de comunicação, pois foi com ele que a sociedade moderna, à medida que foi exercida a liberdade de informação, encontrou sua linguagem adequada.

Marcondes Filho (2009) define jornalismo como a síntese do espírito moderno, a razão, a verdade, a transparência impondo-se diante da tradição obscurantista, o questionamento de todas as autoridades, a crítica da política e a confiança no progresso, no aperfeiçoamento de forma contínua na espécie.

Já para Rabaça e Barbosa (2002), o jornalismo é uma atividade profissional que tem como objetivo a apuração, o processamento e a transmissão periódica de informações da atualidade para grande parte do público ou para determinados segmentos desse grupo, através de veículos de difusão coletiva, como o jornal, revista, rádio, televisão, cinema, etc.

Bahia (1990) acrescenta uma função social ao jornalista, colocando-o como intermediário da sociedade, o profissional que leva a comunidade a participar da vida social. Essa função atribuída por Bahia (1990) não difere da definição de Kovach e Rosenstiel (2003, p. 226) que afirmam que o jornalismo tem uma finalidade:

Jornalismo é contar uma história com uma finalidade. A finalidade é fornecer às pessoas informação que precisam para entender o mundo. O primeiro desafio é encontrar a informação que as pessoas precisam para tocar suas vidas. O segundo desafio é tornar essa informação significativa, relevante e envolvente. Esse aspecto, o de envolver o leitor, se encaixa no compromisso do jornalista com a população.

Sousa (2001) acredita que há vários jornalismo, por diferentes órgãos jornalísticos, diversos jornalistas e até contextos distintos para o fazer jornalístico. Sobre as variações do próprio jornalismo, Kunczik (2001, p. 97) afirma que se dividem em dois tipos contraditórios: “Um é o jornalismo objetivo e neutro, distanciado passivamente dos eventos de que trata. O oposto é o jornalismo ativamente comprometido, participativo e socialmente engajado, que promove causas.” Para o autor, essas duas formas não se excluem mutuamente. Kunczik (2001) afirma que o jornalista enquanto mediador facilita o diálogo entre as informações e o público.

O capitalismo foi, segundo Sodré (1999), um fator decisório que contribuiu com o desenvolvimento do jornalismo. Em sua visão, a história da imprensa é a própria história do desenvolvimento da sociedade capitalista. O controle dos meios de difusão de ideias e de informações é uma luta de organizações e pessoas com diferentes interesses e aspiração e também de diversas situações sociais, culturais e políticas. (SODRÉ, 1999).

Retornando às raízes do jornalismo, Marcondes Filho (2009) destaca que a história do jornalismo conjectura com proximidade à história da modernidade. Seu surgimento está relacionado à desconstrução do poder da Igreja e da Universidade, uma vez que o acesso aos documentos, antes da invenção dos tipos móveis de Gutenberg, estava unicamente nas mãos da Igreja e, após a invenção, o saber começa a difundir-se.

Para sistematizar o desenvolvimento do jornalismo, desde suas primeiras manifestações até a contemporaneidade, Marcondes Filho (2009) divide a história do jornalismo em cinco distintas fases. São elas: a Pré-História (1631–1789); o Primeiro Jornalismo (1798-1830); o Segundo Jornalismo (1830–1900); o Terceiro Jornalismo (1900-1960) e o Quarto Jornalismo (1970 – até o presente).

A fase *Pré-história (1631 a 1789)* remonta ao período em que informações e conhecimentos restritos a grupos detentores de poder passam a ser divulgados por jornalistas nos idos de 1631 (Revolução Francesa). O jornal com poucas páginas, ainda era semelhante ao livro e advinha de uma produção artesanal. Os valores jornalísticos dominantes eram o espetacular e o novo como desastres, mortes, cometas etc. A economia era elementar e os agentes desse tipo de jornalismo eram empreendedores isolados. (MARCONDES FILHO, 2009).

De 1789 a 1830, a fase chamada de “primeiro jornalismo” se caracteriza pela profissionalização dos jornais com fins didáticos e de formação política em que impera a autonomia redacional. Também ocorre o surgimento da redação, a separação do diretor e editor e uma efervescência do texto crítico no jornalismo literário-político, cujos agentes são políticos, escritores, críticos e cientistas.

Os valores jornalísticos questionam as autoridades e acontecem em torno da razão (verdade e transparência), da crítica da política e da confiança no progresso.

Bovée (1959 apud KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 210) afirma que nessa época os jornais não são apenas os veículos do que chamamos de notícias, “[...] eles são os instrumentos comuns do relacionamento social”, pelo qual os cidadãos constantemente discursavam e debatiam, uns com os outros, os assuntos de interesse público.

Assim, essa fase é marcada por uma imprensa partidária, com jornais com fins pedagógicos e formação política. Os fins econômicos eram deficitários, pois estavam em segundo plano, já que a informação era vista como capital. (MARCONDES FILHO, 2009).

A segunda metade do século XIX é marcada pela formação da imprensa moderna, regida predominantemente pelo capitalismo. O que inicia com entusiasmadas discussões político-literárias se transforma em grande empresa capitalista; segundo Marcondes Filho (2009), o romantismo é substituído por uma máquina de produção de notícias e lucros.

Assim, nesta fase que vai de 1830 a 1900 o jornal torna-se, devido às inovações tecnológicas, uma grande empresa capitalista, transformando a atividade que antes era feita pela forma livre de pensar e fazer política em algo que precisa de rentabilidade para a sua autossustentação. Nesse novo contexto, os anúncios publicitários tornam-se prioridade em relação ao espaço antes destinado às notícias. (MARCONDES FILHO, 2009).

Segundo Marcondes Filho (2009), com uma imprensa de massa, surgem o “furo” jornalístico, a atualidade, neutralidade e o entretenimento. Criam-se a reportagem, as entrevistas, as enquetes e manchetes. Surge o investimento em capas, logo e nas chamadas de primeira página, enfim, ocorre a profissionalização dos jornalistas.

A tecnologia desponta com força, surgem as rotativas, os linotipos, o telégrafo, o telefone, as agências e com o aumento das tiragens, o jornal se consolida como uma economia de empresa cujo lucro precisa existir para garantir a sobrevivência do jornal. Nessa fase a informação passa a ser entendida como mercadoria.

O início do século XX, é caracterizado pelo monopólio das empresas de comunicação. Segundo Marcondes Filho (2009), formam-se os grandes conglomerados da indústria da imprensa, que marcam o *Terceiro jornalismo*: de 1900 a 1960.

Similar ao que ocorre hoje, na década de 1960, as práticas jornalísticas são tensionadas pelo uso da fotografia, da publicidade e pelas relações públicas, assim, propagandas são estrategicamente incluídas como notícias de interesse público nos jornais, promovendo a “indústria da consciência”. Esta fase é caracterizada também por grandes rubricas políticas ou literárias e páginas magazines, como esporte, turismo, rádio, teatro, cinema, feminina e infantil. (MARCONDES FILHO, 2009).

Com a introdução dos computadores no processo editorial, chega-se ao *Quarto jornalismo*, que ocorre de 1970 em diante. Nesta fase a informação se torna eletrônica e interativa, ocasionando mudanças nas funções do profissional jornalista. As novas tecnologias virtualizam a atividade jornalística impressa e interferem no conteúdo, a imagem se sobrepõe à escrita. Com tecnologia e mais velocidade na transmissão de informações, o jornalista possui um novo ritmo de trabalho e também uma nova ética a seguir. (MARCONDES FILHO, 2009).

Os valores jornalísticos dominantes são os impactos visuais, a velocidade e transparência da notícia. A precedência da imagem sobre o texto e o entretenimento ocupam cada vez mais espaço em detrimento da informação. (MARCONDES FILHO, 2009).

Nessa quarta e última etapa da história do jornalismo, os agentes são as redes e os sistemas informatizados. As fontes de financiamento migram para a TV e a Internet, a imprensa escrita entra em crise, ocorre terceirização e enxugamento de equipes. A informação se caracteriza como um serviço em vez de um produto. O jornalista possui, além da função de “contador de histórias” (repórter), a função de ser um “explicador do mundo”, isto é, ele age, segundo Marcondes Filho (2009), como um comentarista ou analista de fatos noticiosos.

Podemos perceber, com o delineamento da história do jornalismo, que em todas as fases o seu desenvolvimento acompanha historicamente os acontecimentos e os contextos socioeconômicos e culturais da época. Vimos que o jornalismo precisou se adaptar às novas tecnologias, exigências e necessidades da sociedade e mesmo ocorrendo uma grande transformação no processo de trabalho, o profissional jornalista precisará acrescentar adaptações com as novas necessidades, vindas da evolução social, cultural e tecnológica da sociedade. No entanto, o exercício do jornalismo, seja em qual meio, formato e linguagem for, tem seus preceitos, funcionando um norte para os jornalistas.

2.1 ELEMENTOS DO JORNALISMO

Como mencionado no capítulo introdutório, o livro “*Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir*”, de autoria de Bill Kovach e Tom Rosenstiel, oferece bons temas para reflexão e que são pertinentes a este trabalho. Kovach e Rosenstiel (2003) integram o Comitê dos Jornalistas Preocupados, que realizou uma pesquisa em 1997 na cidade de Nova York com jornalistas e cidadãos norte-americanos. O livro é resultado dessa iniciativa que, descrevendo a teoria e a cultura do jornalismo, estabeleceu nove elementos que exploram o compromisso do jornalista com a sociedade. Elementos com os quais, segundo Kovach e Rosenstiel (2003), os jornalistas concordam e os cidadãos têm o direito de esperar. São eles:

1. A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade.
2. Sua primeira lealdade é com os cidadãos.
3. Sua essência é a disciplina da verificação.
4. Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem.
5. O jornalismo deve ser um monitor independente do poder.
6. O jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público
7. O jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante.
8. O jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.
9. Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 22-23).

Levantando a questão *Para que serve o Jornalismo?* os autores chegam ao consenso de que o jornalismo tem a serventia de construir a comunidade, a cidadania e a democracia. Em suas palavras:

O jornalismo, afinal, fornece um elemento muito especial, único, a uma determinada cultura: informação independente, confiável, precisa e compreensível, elementos para que o cidadão seja livre. O jornalismo destinado a fornecer outras coisas diferentes acaba subvertendo a cultura democrática. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 20).

Para Kovach e Rosenstiel (2003), os princípios e a finalidade do jornalismo são definidos pela função exercida pelas notícias na vida das pessoas, devendo sempre ter como valores o compromisso com a verdade, com a disciplina, com a independência e a lealdade. Para atingir esses valores, o jornalista precisa manter a qualidade, a coerência, a exatidão e a veracidade na apuração e na elaboração das matérias. É o que a sociedade espera de um bom jornalista.

Com sua grande e direta influência sobre a opinião pública, o jornalismo não pode ser só guiado por forças econômicas, lucros e interesses especiais, deve ser encarado como uma missão realizada com o entendimento de que poderosos meios de comunicação foram confiados para o bem geral. (JOÃO PAULO II, Papa, 2000 apud KOVACH; ROSENSTIEL, 2003).

Infelizmente, por várias vezes, a pressão dos anunciantes coloca em ameaça a credibilidade da imprensa e atua contra a finalidade do jornalista mencionada pelos autores, como sendo a busca e o compromisso com a verdade.

Somente uma imprensa livre dos censores governamentais pode contar a verdade. Num contexto moderno, essa liberdade expandiu-se de forma a significar independência de outras instituições também – partidos políticos, anunciantes, negócios e outras fontes. 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. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 53-54).

Kovach e Rosenstiel (2003) afirmam que os jornalistas têm uma obrigação social com os cidadãos e não devem encontrar obstáculos na busca da informação e nem no momento de contá-la com veracidade, ainda que vá contra aos interesses financeiros do dono do jornal.

Para os autores, esse cuidado com a veracidade da informação é um pré-requisito para produzir as notícias com exatidão e de forma convincente. E é somente dessa maneira que os cidadãos acreditarão na empresa jornalística e a darão credibilidade a ela, o que, segundo Kovach e Rosenstiel (2003, p. 83), é “[...] o maior patrimônio da empresa e daqueles que nela trabalham.” e a razão do sucesso financeiro da mesma.

Kovach e Rosenstiel (2003, p. 83) afirmam que “Esse compromisso com a população é o significado do que viemos chamar de independência jornalística.” A veracidade e o compromisso com a cidadania são partes da profissão, assim como o são o papel de vigilante da cidadania e a condição de plataforma para o debate público. Para Kovach e Rosenstiel (2003, p. 206-207):

A curiosidade natural do ser humano significa que ao informar sobre eventos programados, denunciar práticas incorretas ou revelar uma tendência em desenvolvimento o jornalismo faz as pessoas pensarem. A medida em que o público começa a reagir a essas aberturas, a comunidade se nutre de vozes públicas – nos programas de rádio, *talk shows* na televisão, opiniões pessoais nas páginas editoriais. À medida que essas vozes são ouvidas por aqueles que estão no poder, elas permitem entender a natureza da opinião pública em relação ao assunto em pauta. É esse processo que recria, todos os dias, nas sociedades modernas, os antigos fóruns nos quais as primeiras democracias do mundo se formaram.

No decorrer da obra, Kovach e Rosenstiel (2013) defendem continuamente que o jornalista possui um compromisso com o público e que seu papel se concentra na contribuição do exercício da democracia, servindo-o com informações relevantes, para a melhoria da sociedade, através da formação de opiniões, conscientização da população, e oferta de conhecimento e informações úteis para o benefício das pessoas, além de contribuir para o crescimento individual, profissional e social do cidadão.

Kovach e Rosenstiel (2003, p. 273) afirmam com exatidão que “No fim das contas o jornalismo é uma questão de caráter”, não devendo ser realizado sem o uso do bom senso, da síntese, da verificação e, acima de tudo, atuando com uma independência obstinada.

Os elementos do jornalismo devem ser usados por aqueles que produzem jornalismo para conferir um sentido ético ao seu trabalho.

Segundo os autores, se os profissionais saírem desse caminho, será por sua conta e risco, uma vez que eles enxergam os elementos elencados como proteção contra a “[...] força que ameaça destruir o jornalismo e dessa forma enfraquecer a sociedade democrática.” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 291).

O capítulo subsequente se dispõe a embarcar no fascinante campo de trabalho do Jornalismo Digital, despontado pela Internet e suas profundas mudanças na produção jornalísticas. Procuramos propor reflexões acerca do ritmo frenético de evolução das tecnologias e a necessidade do profissional jornalista em acompanhá-las, pois, como observa Silva (2014), a tendência é que essa evolução se torne permanente.

3 JORNALISMO DIGITAL

Há diversas denominações para os estudos da atividade jornalística na Internet, como jornalismo digital, jornalismo on-line ou webjornalismo. Para Pinho (2003), qualquer que seja a denominação utilizada, explora a presença do jornalismo na Internet com a oferta de informação e conteúdo, em especial com a migração de sites de jornais e revistas impressas para a rede mundial e outros sites.

Contudo, antes de abordar a história do jornalismo digital, é preciso, segundo Ferrari (2003), entender a história da Internet e todas as suas particularidades. Portanto, o tópico abaixo se propõe a abordar o princípio do desenvolvimento da conectividade entre computadores e a revolução causada pelas primeiras redes e computadores.

3.1 O SURGIMENTO DA INTERNET

Segundo Pinho (2003), a Guerra Fria - período histórico de disputas estratégicas e conflitos indiretos entre os Estados Unidos e a União Soviética - foi o cenário que principiou a conectividade entre os computadores para que durante uma eventual guerra, houvesse formas de rapidamente estimar alternativas de ação em resposta a um ataque inimigo.

Assim, a Internet teve início em 1969 por meio de um projeto do governo norte-americano chamado ARPA (*Advanced Research Projects Agency*) - que traduzido significa Agência de Pesquisa de Projetos Avançados). Essa agência governamental pertencia a uma organização do Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América (EUA) que realizava pesquisas de informações para o serviço militar. Como dito acima, o objetivo era garantir a comunicação emergencial caso os EUA fossem atacados por outro país, deste modo criou-se a ARPANET, rede nacional de computadores - que era utilizada em trabalhos de segurança e defesa. (FERRARI, 2003).

Pinho (2003, p. 4) conceitua a Internet como sendo:

[...] a rede das redes, o conjunto das centenas de redes de computadores conectados em diversos países dos seis continentes para compartilhar a informação e, em situações especiais também os recursos computacionais.

As conexões entre elas empregam diversas tecnologias, como linhas telefônicas comuns, linhas de transmissão de dados dedicadas, satélites, linhas de microondas e cabos de fibra óptica.

Após inúmeros testes de conexões entre distantes estados americanos, em 1975, a Agência de Comunicações e Defesa ganhou o controle da Arpanet. Sua missão era facilitar a comunicação com o Departamento de Defesa dos Estados Unidos.

De acordo com Ferrari (2003), o tráfego de dados cresceu rapidamente e, contava com pesquisadores e universitários como novos usuários. Novas redes surgiram e passaram a oferecer acesso para outras universidades e organizações de pesquisa do país.

Em 1986, a *National Science Foundation* (NSF – Fundação Nacional de Ciência) desenvolveu uma rede – chamada de NSFNET - que conectava, por meio de grandes centros de informática e computadores, os pesquisadores de todo o país. Essas redes conversavam entre si e ofereciam serviços à rede acadêmica, usuários e, claro, ao governo. A NSFNET continuou se expandindo e, em 1990, tinha mais de oitenta países interligados. (FERRARI, 2003).

Para Ferrari (2003, p. 16), o cenário do final dos anos 80 era o de:

[...] muitos computadores conectados, mas principalmente computadores acadêmicos instalados em laboratórios e centros de pesquisa. A Internet não tinha a cara amigável que todos conhecem hoje. Era uma interface simples [...]. Mas, enquanto o número de universidades e investimentos aumentava em progressão geométrica, tanto na capacidade dos hardwares como dos softwares usados nas grandes redes de computadores, outro núcleo de pesquisadores, até bem mais modesto, criava silenciosamente a World Wide Web (Rede de Abrangência Mundial), baseada em hipertexto e sistemas de recursos para a Internet. (FERRARI, 2003, p. 16).

Em 1980 o inventor da World Wide Web, Tim Berners Lee, escreveu o programa que continha links e organizava informações. Mas somente em 1989 propôs a WWW. Em 1992 houve significativas inovações de design, arquitetura e protocolos na versão original da WWW. Ainda em 1992, o grupo College foi criado para reunir pesquisadores e experts para explorar as possibilidades da World Wide Web. (FERRARI, 2003).

Em 1993, Marc Andreessen criou o primeiro *browser*, que era a interface essencial para o ambiente gráfico, pois era estável, fácil de instalar e de trabalhar

com imagens simples. Vivíamos o início da Internet que conhecemos hoje e seu crescimento não parou desde então e, em 1996, já existiam 56 milhões de usuários no mundo. O número de computadores ligados à rede em todo mundo pulou de 1,7 milhão em 1993 para 20 milhões em 1997. (FERRARI, 2003).

No Brasil, em 1988, segundo Pinho (2003), foram formados alguns embriões independentes de redes que interligavam grandes universidades e centros de pesquisa do Rio de Janeiro, de São Paulo e também de Porto Alegre aos Estados Unidos.

Segundo Rodrigues e Mendes (2010), a rede mundial de computadores surgiu no Brasil com a Rede Nacional de Pesquisas (RNP). O objetivo era atender a conexão das redes de universidades e centros de pesquisas, mas logo as esferas federal e estadual começaram também a se interligar. (RODRIGUES; MENDES, 2010).

Nesse contexto, a Internet se expandiu e conquistou o seu espaço no Brasil, oferecendo novas maneiras de comunicação. Trazendo inovações no campo da tecnologia, a rede deixou de ser voltada apenas para acadêmicos e pesquisadores para ampliar sua gama de serviços para outros setores da sociedade. (PINHO, 2003).

Nós, brasileiros, nos destacamos como os primeiros no mundo quando se trata de horas de navegação em domicílios. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia realizada no ano de 2015, 48% dos brasileiros usam a internet e ficam cinco horas conectados por dia (tempo superior ao gasto com a televisão). (BRASIL, 2015). Entre os usos, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o Whatsapp (58%) e o Youtube (17%). Outro dado relevante é que 67% dos que acessam a internet estão em busca de notícias. Ou seja, se por um lado temos metade da população ainda desconectada, os outros 50% fazem uso intenso da internet e procuram plataformas de interação para se informar. Essas pessoas querem não só receber informação, mas também compartilhá-las, comentá-las e também produzi-las. (BRASIL, 2015).

Segundo Moraes (2007, p. 2):

A Web afigura-se como esfera pública em gestação, sem hierarquias ou comandos aparentes, pontuada por diversos anseios e ambições. A teia gigantesca desfaz pontos fixos ou limites predeterminados para o tráfego de

dados e imagens; não há centro nem periferia, e sim entrelaçamentos de percursos. As fronteiras entre quem emite e quem recebe podem tornar-se fluidas e instáveis. Os usuários têm a chance de atuar, simultaneamente, como produtores, emissores e receptores, dependendo de lastros culturais e habilidades técnicas. A colagem de interferências individuais põe em circulação idéias e conhecimentos, sem as noções de seleção e estratificação que condicionam os processos midiáticos. (MORAES, 2007, p. 2).

Segundo Rodrigues e Mendes (2007), podemos dizer que a Internet está em uma infância madura. Com novos momentos e cada vez mais presente nas vidas das pessoas, ela demonstra que continuará sendo o principal serviço de conectividade, sendo difícil prever o que oferecerá no futuro dadas as suas várias possibilidades de aplicações.

Após a exposição de um pouco do histórico da principal interface do jornalismo digital, a Internet, trataremos agora da definição, trajetória e principais características do jornalismo digital.

3.2 ORIGEM E CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO DIGITAL

O jornalismo desenvolvido para a web não é um fenômeno concluído, mas, sim, um fenômeno em constituição que vem apresentando transformações significativas devido aos avanços tecnológicos pelos quais a própria web tem passado e também devido às descobertas de possibilidades oferecidas pela mesma para a prática do jornalismo. (MIELNICZUK, 2003).

Sobre essas transformações Ferrari (2003, p. 22) afirma que será necessário gerir com sabedoria esse processo. Em suas palavras:

[...] sairá vitorioso quem compreender e souber gerir esse processo de mudança, quem for mais inteligente na disseminação de conteúdos informativos e na busca de parcerias para a criação de novas tecnologias e novos produtos. A mídia é nova e está em mutação, por isso o papel do jornalista na Internet é fundamental.

Segundo Mielniczuk (2003), apesar da explosão da utilização da internet para fins jornalísticos ter ocorrido há um tempo e estudos significativos já terem sido realizados, ainda não existe um consenso sobre a terminologia a ser utilizada quando nos referimos ao jornalismo praticado na internet.

É importante mencionar que no presente estudo utilizaremos o termo jornalismo digital, que, segundo Mielniczuk (2003), é bastante amplo que abarca as tecnologias digitais e não somente a internet.

Em sua tese, Mielniczuk (2003) nos oferece um quadro (Figura 1) onde resume definições acerca das diversas nomenclaturas que são usadas para denominar as práticas de produção e disseminação de informação no jornalismo contemporâneo.

Figura 1 - Resumo das definições de nomenclaturas

Nomenclatura	Definição
Jornalismo eletrônico	utiliza de equipamentos e recursos eletrônicos.
Jornalismo digital ou Jornalismo multimídia	emprega tecnologia digital, todo e qualquer procedimento que implica no tratamento de dados em forma de <i>bits</i> .
Ciberjornalismo	envolve tecnologias que utilizam o ciberespaço.
Jornalismo <i>online</i>	é desenvolvido utilizando tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real.
Webjornalismo	diz respeito à utilização de uma parte específica da internet, que é a <i>web</i> .

Fonte: Mielniczuk (2003, p. 27).

A autora afirma que essas definições não são excludentes, o que ocorre é que as práticas de produção e os produtos elaborados se enquadram de forma concomitante em diversas esferas. Segundo Mielniczuk (2003, p. 25), “O jornalismo digital também é denominado de ‘jornalismo multimídia’, pois implica na possibilidade da manipulação conjunta de dados digitalizados de diferentes naturezas: texto, som e imagem.”

Rodrigues e Mendes (2007) fazem um panorama histórico em seu artigo e apontam que o surgimento do jornalismo digital ocorre no final dos anos 80, com uma produção de serviços de notícias específicas para um segmento de público. Os grandes jornais impressos, segundo os autores, entraram no mundo virtual em 1970, quando o *The New York Times* passou a disponibilizar resumos e textos completos de artigos atuais e antigos de suas edições diárias passadas a assinantes que possuíam pequenos computadores.

Ferrari (2003, p. 23) afirma que inicialmente “A maioria dos sites jornalísticos surgiram como meros reprodutores do conteúdo publicado em papel.” Somente depois, segundo a autora, surgiram “[...] veículos realmente interativos e personalizados.”

Em 1980, empresas jornalísticas colocaram seu conteúdo editorial à disposição dos que possuíam computadores e se dispusessem a pagar uma taxa pelo serviço. Logo depois, este tipo de serviço começou a ser difundido com o crescimento da internet e de serviços comerciais on-line. (RODRIGUES; MENDES, 2007).

Segundo Ferrari (2003), em 1995, o *The Wall Street Journal* lançou o *Personal Journal*, que era conhecido como “primeiro jornal com tiragem de um exemplar”. Seu princípio básico era enviar textos personalizados e telas de computadores, extraídos de suas edições diárias regulares. A novidade do serviço era que o assinante podia escolher o conteúdo e a sua formatação conforme suas preferências de leitura, que eram recebidas por meio de uma mensagem eletrônica, um portfólio pessoal com notícias sobre tudo o que havia escolhido. (FERRARI, 2003).

Em 1999 surge em Portugal o “Diário Digital”, o primeiro jornal com conteúdo desenvolvido exclusivamente para a internet. As matérias eram produzidas por uma equipe de reportagem exclusiva para o site, além da utilização de material de agências noticiosas. (RODRIGUES; MENDES, 2007).

Ferrari (2003) aponta que, no Brasil, os sites de conteúdo nasceram a partir de iniciativas das empresas jornalísticas. O primeiro site jornalístico no Brasil foi o do “Jornal do Brasil”, criado em 1995, seguido pelo “Jornal O Globo” e Agência Estado. (FERRARI, 2003). Moherdau (2007 apud RODRIGUES; MENDES, 2007) afirma que a expansão do jornalismo digital brasileiro ocorreu com publicações de versões bem-sucedidas de revistas e jornais norte-americanos e ingleses.

Segundo Rodrigues e Mendes (2007), a atualização de notícias em tempo real estreou em 1996 na internet brasileira. O site Universo On-line (UOL), com informações de agências de notícias e material produzido na redação, tornou-se o primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa da América Latina.

O UOL disponibilizava textos, fotos, gráficos, animações, vídeos e áudios sobre material jornalístico para complementar as matérias na web. No interior das redações destes jornais em tempo real a hierarquia era a mesma da imprensa tradicional: diretores, redator-chefe, editores, repórteres, redatores, chefes de reportagem e outros. Passados alguns anos, o UOL mudou de nome para Folha On-line e manteve o pioneirismo ao inovar na cobertura dos conflitos. (RODRIGUES; MENDES, 2007, p. 4-5).

Rodrigues e Mendes (2007) afirmam que, em 2000, foram criados vários sites noticiosos. O provedor de acesso Internet Grátis (IG) lançou o “Último Segundo”, o primeiro jornal on-line concebido e produzido para a internet brasileira com notícias produzidas e com material de agências.

Em 2001, as Organizações Globo criam o portal GloboNews.com, abrigando conteúdo de jornais, revistas, emissora de rádio e TV do grupo. Em 2006, elas anunciam o portal G1, que reúne todo o conteúdo do grupo, e continuam apostando na convergência de mídias, contando com equipes de jornalistas espalhadas em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. (RODRIGUES; MENDES, 2007).

Podemos concluir com essa trajetória histórica que, desde o início, o jornalismo digital protagonizou inúmeras tentativas para desenvolver sites noticiosos atraentes para o novo público e que melhor aproveitassem as características da web. Nesse processo, como já mencionado, foram muitas as etapas pelas quais passaram tais produtos.

3.2.1 Fases da evolução do Jornalismo Digital

Na tentativa de compreender as transformações ocorridas, Mielniczuk (2003), em sua tese, estabelece uma categorização própria (Figura 1), que pode ser vista como uma adaptação aos estudos realizados por diversos autores para sistematizar as fases do jornalismo na web. As fases serão apresentadas nos tópicos subsequentes.

3.2.1.1 Fase 1 - Primeira geração

Nesta fase, conforme explanação de Mielniczuk (2003), os produtos desenvolvidos nos espaços ocupados na internet eram reproduções de conteúdos dos grandes jornais impressos. A atualização ocorria a cada 24 horas e conforme o fechamento das edições do impresso, ou seja, a rotina de produção de notícias era totalmente atrelada ao modelo dos jornais impressos.

Assim, “[...] o que era chamado então de ‘jornal online’, na web, não passava da transposição de uma ou duas das principais matérias de algumas editorias.” (MIELNICZUK, 2003, p. 32).

Também não havia preocupação em apresentar as narrativas jornalísticas de forma inovadora no que diz respeito aos seus formatos. Logo, “[...] a disponibilização de informações jornalísticas na web fica restrita à possibilidade de ocupar um espaço, sem explorá-lo, enquanto um meio que apresenta características específicas.” (MIELNICZUK, 2003, p. 35).

3.2.1.2 Fase 2 - Segunda geração

Essa fase ocorre no cenário de aperfeiçoamento e desenvolvimento da estrutura técnica da internet no País. Assim, no final dos anos 90, começam a ocorrer experiências no produto jornalístico na tentativa de explorar as características oferecidas pela rede, ainda que atrelada ao modelo do jornal impresso. Mielniczuk (2003) denomina esse momento como “fase da metáfora”.

Ao mesmo tempo em que se ancoram no modelo do jornal impresso, as publicações para a web começam a explorar as potencialidades do novo ambiente, tais como links com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o e-mail passa a ser utilizado como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates e a elaboração das notícias passa a explorar os recursos oferecidos pelo hipertexto. (MIELNICZUK, 2003, p. 34).

A tendência, segundo Mielniczuk (2003), ainda é a existência de produtos vinculados às empresas jornalísticas devido à credibilidade e rentabilidade associadas ao jornalismo impresso.

3.2.1.3 Fase 3 - Terceira geração

Esta terceira fase concerne ao atual momento, que corresponde a um estágio mais avançado de uma infraestrutura técnica relativa à Internet e a um momento de popularização e expansão da mesma e, conseqüentemente, do seu número de usuários, além de uma evolução técnica que torna a transmissão de sons e imagens mais rápida e investimentos no setor.

Nas palavras de Mielniczuk (2003, p. 36):

Nos produtos jornalísticos dessa etapa, é possível observar tentativas de, efetivamente, explorar e aplicar as potencialidades oferecidas pela web para

fins jornalísticos. Nesse estágio, entre outras possibilidades, os produtos jornalísticos apresentam recursos em multimídia, como sons e animações, que enriquecem a narrativa jornalística; oferecem recursos de interatividade, como chats com a participação de personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões; disponibilizam opções para a configuração do produto de acordo com interesses pessoais de cada leitor/usuário; apresentam a utilização do hipertexto não apenas como um recurso de organização das informações da edição, mas também começam a empregá-lo na narrativa de fatos.

Nesta fase os sites jornalísticos extrapolam, enfim, a ideia de uma versão para a web somente baseada em um jornal impresso já existente.

Após a análise das fases do jornalismo digital, Rodrigues e Mendes (2007), citando os autores Gonçalves (2004), Pavlick (2000) e Mielniczuk (2003), apontam a existência de alguns elementos que caracterizam os textos noticiosos produzidos para web. Essas características serão apresentadas no tópico abaixo.

3.2.2 Elementos e características do jornalismo digital

Os elementos que caracterizam os textos noticiosos produzidos para web, segundo Rodrigues e Mendes (2007), são:

1. interatividade: o leitor ou usuários possuem a possibilidade de não apenas receber as mensagens, mas também produzir e distribuir as informações;
2. hipertextualidade: a partir do texto noticioso, o jornalista digital pode apontar links para vários pontos da notícia ou para outros textos complementares como fotos, sons, vídeos e animações;
3. personalização: opção oferecida ao leitor ou usuário para configurar ou receber produtos jornalísticos conforme interesses individuais;
4. multimídia/convergência: utilização dos formatos das mídias tradicionais (imagens, sons e texto) na narração do fato jornalístico;
5. memória: disponibilização do volume de informação anteriormente produzida para os usuários e ao produtor da notícia, assim o usuário pode acompanhar a informação passo a passo e gravá-la, pode repetir a apresentação imediatamente ou pode assisti-la quando quiser;

6. instantaneidade/atualização contínua: na internet não há delimitação de temporalidade para a publicação de notícias, elas são publicadas logo que são apuradas;
7. imersão: por meio dos recursos disponíveis na web, a narração das histórias envolve os usuários;
8. conteúdo dinâmico: engloba todas as sete características descritas anteriormente, que dão aos sites noticiosos o dinamismo inerente à lógica do jornalismo digital. (RODRIGUES; MENDES, 2007).

Para os autores, a produção e a edição de produtos noticiosos também sofrem influências dos recursos tecnológicos e dos processos interativos que emergiram no contexto do jornalismo digital. Assim, com relação às características dos textos jornalísticos disponibilizados na internet, Pinho (2003) observa que “O texto para a nova mídia digital – e, em especial, a informação e o conteúdo jornalísticos – deve ser bem estudado e pensado, pois escrever para o mundo online é diferente de escrever para a página impressa.” (PINHO, 2003, p. 183).

Segundo Moherdau (2007 apud RODRIGUES; MENDES, 2007, p. 8), a produção e a edição jornalística na web podem ser divididas, em:

- a) Texto multilinear: engloba a maioria dos gêneros jornalísticos, com exceção da reportagem especial, denominada multiforme. Tem o formato de pirâmide invertida e pode conter links para recursos multimídia, não necessariamente todos;
- b) Reportagem multiforme: são pensadas tendo em vista o uso de imagens, áudios, vídeos, fotos randômicas, galeria de imagens, e slideshows com áudio, entre outros.

Em meio às possibilidades para produzir conteúdo jornalístico em diferentes formatos, com a Internet, não é mais preciso rejeitar notícias devido à falta de espaço, há espaço para publicar tudo. Contudo, devido à quantidade de informação circulando nas *web*, cria-se a necessidade de avaliação.

Ferrari (2008, p. 39-40) aponta que o profissional que atua no jornalismo digital, além da necessidade de trabalhar com vários tipos de mídia, precisa desenvolver uma visão multidisciplinar, com as noções comerciais e de marketing. “Os desafios do jornalismo digital estão sem dúvida relacionados à necessidade de preparar as redações, como um todo, e aos jornalistas em particular, para conhecer e lidar com essas transformações.”

Segundo Alves (2006, p. 98), “[...] o jornalismo não deve mais se restringir aos mesmos limites que os meios tradicionais tinham que respeitar.” Portanto, a compreensão dessas transformações na mídia é fundamental para a sobrevivência das empresas de comunicação tradicionais, pois, ao transferir-se para a Internet, o velho jornalismo-produto se transforma num jornalismo-serviço à disposição dos usuários que queiram consumi-la na hora, no formato e onde quiser.

O receptor não se senta passivamente diante da TV ou não abre simplesmente um jornal ou uma revista para consumir as mensagens que os gatekeepers prepararam para ele naquela edição ou naquela hora. O receptor agora tem o controle, o poder de acessar uma infinidade de fontes, sem as barreiras de tempo e espaço que limitavam sua ação até o advento da web. (ALVES, 2006, p. 96).

Alves (2006, p. 98) enxerga a Internet como um meio disponível para absorver todas as características dos outros meios, “A Internet pode ser rádio, TV, jornal, revista, tudo ao mesmo tempo.” Dessa forma, há uma nova relação entre a tecnologia e os processos comunicacionais sociais que ditam, segundo Lemos (2012), o ritmo das transformações sociais, culturais e políticas atuais.

Segundo Ferreira (2009, p. 36), “A possibilidade de virtualização de qualquer informação e atos é o que caracteriza o ciberespaço, ou seja, o espaço do ambiente virtual.” Temática explanada no nosso próximo tópico do capítulo.

3.3 A REALIDADE DA CIBERCULTURA

Lemos (2012) acredita que o desenvolvimento tecnológico e consequentemente as novas tecnologias digitais trouxeram o velho sonho de um mundo que coexista com a comunicação de forma livre, democrática, global e sem entraves. Em suas palavras, devemos nessa conjuntura “[...] diagnosticar o presente e tencioná-lo com o passado para pensar o futuro.” (LEMOS, 2012, p. 21), que deve ser feito olhando com atenção a cibercultura do presente.

Lemos (2012, p. 21-22) define a cibercultura como sendo:

[...] um conjunto tecnocultural emergente no final do século XX impulsionado pela sociabilidade pós-moderna em sinergia com a microinformática e o surgimento das redes telemáticas mundiais; uma forma sociocultural que modifica hábitos sociais, práticas de consumo cultural, ritmos de produção e

distribuição da informação, criando novas relações no trabalho e no lazer, novas formas de sociabilidade e de comunicação social.

As mudanças são enormes e ainda hoje sentimos os impactos da cibercultura de forma global, isso devido ao fato de que o surgimento da cibercultura implica sentidos novos da tecnologia com o mundo informacional. Segundo Lemos (2012), tudo pode ser transformado em bits, processado por computadores e distribuídos pela internet em tempo real para todo e qualquer lugar do planeta.

Assim, a sociedade da informação é uma realidade mundial juntamente com a internet graças à interligação que ocorre com a utilização da tecnologia e redes informacionais como um suporte. (LEMOS, 2012).

Para entender esse novo cenário comunicacional e seus desafios frente a tecnologia e a processos comunicacionais sociais, Lemos (2012) elenca três princípios da cibercultura:

- a) princípio 1 - a liberação da palavra, princípio que, segundo o autor, traz consequências para a constituição da opinião e das esferas públicas e que se ampliou com a expansão de sistemas e ferramentas de comunicação como blogs, softwares sociais, podcasting, dispositivos portáteis de acesso sem fio às redes, etc.;
- b) princípio 2 - conexão e conversação mundial, que ocorre com a liberação e circulação da palavra em redes abertas e mundiais que criam, nas palavras do autor, uma “interconexão planetária” o que desenvolve ao mesmo tempo uma local e global opinião pública;
- c) princípio 3 - a reconfiguração social, cultural e política na qual aparecem os sistemas infocomunicacionais massivos, que formam o grupo, dando sentido de comunidade e o pós-massivo que permite a personalização, o debate não mediado, a conversação livre e a desterritorialização planetária.

Para Lemos (2012), os princípios apresentados de emissão, da conexão e da reconfiguração estão fazendo com que a sociedade possa pensar de maneira mais colaborativa, plural ou aberta. Em suas palavras:

Sempre que podemos emitir livremente e nos conectar a outros, cria-se uma potência política, social e cultural: a potência da reconfiguração e da transformação. A cultura contemporânea, do digital e das redes telemáticas

está criando formas múltiplas, multimodais e planetárias de recombinações. Quanto mais podemos livremente produzir, distribuir e compartilhar informação, mais inteligente e politicamente consciente uma sociedade deve ficar. As ações de produzir, distribuir, compartilhar são os princípios fundamentais do ciberespaço. (LEMOS, 2012, p. 27).

Assim, devemos com o ciberespaço aproveitar para enriquecer a cultura e modificar o fazer político com a produção e o compartilhamento da informação. Para Lemos (2012, p. 29), “O ciberespaço já fez da cultura um lugar de produção de conteúdo, de conexão livre entre pessoas e grupos e de reconfiguração da vida social, política e cultural.” O autor afirma que não é por acaso que surgem redes sociais mobilizadoras – assunto que será abordado no próximo tópico – e que para Lemos e Levy (2012) é provavelmente um dos maiores acontecimentos dos últimos anos e uma nova maneira de “fazer sociedade”.

3.4 AS REDES SOCIAIS DIGITAIS

Martino (2014, p. 55) entende redes sociais “[...] como um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes.” Em sua obra, o autor explica que o conceito de “redes sociais” é um conceito desenvolvido para explicar alguns tipos de relações entre pessoas devendo no uso do ambiente da internet transpor para uma nova definição de nome que no estudo chamaremos de redes sociais digitais, como coloca Recuero (2012, p. 19-20):

Vemos a rede social como o grupo de atores que utiliza determinadas ferramentas para publicar suas conexões e interagir. Assim, o Orkut ou o Facebook não são rede social, mas, sim, o espaço técnico que proporciona a emergência dessas redes. As redes sociais, desse modo, não são pré-construídas pelas ferramentas, e, sim, apropriadas pelos atores sociais que lhes conferem sentido e que as adaptam para suas práticas sociais.

Nas redes, os laços tendem a ser menos rígidos, formados a partir de interesses, de temas e valores compartilhados com uma específica dinâmica de interação. (MARTINO, 2014). Segundo Lemos e Lévy (2012, p. 103): “Não basta apenas colocar à disposição uma série de ferramentas, é necessário que haja interesses compartilhados, intimidade, perenidade nas relações.”

Na contemporaneidade, essas relações de proximidade se dão preferencialmente em agregadores de ferramentas sociais, como é o caso do Facebook, do Twitter, do MySpace etc. em que a relação ocorre com a adição de “amigos” a um portfólio social no qual é criada uma comunidade individual de interesse pessoal que relaciona comunidades a comunidades, pessoas a outras pessoas. (LEMOS; LÉVY, 2012).

Para Martino (2014), as redes sociais possuem um poder exponencial de mobilização, pois, na medida em que são caracterizadas a partir de interesses comuns, verifica-se a formação de agrupamentos para a troca de informações, ideias e materiais o que gera não somente uma interação entre os participantes, mas um engajamento em questões, políticas, sociais e culturais.

Com a possibilidade de participar das redes sociais digitais a partir de dispositivos portáteis como é o caso dos celulares e tablets, ocorre uma transposição do “mundo físico” para o “mundo on-line” que se articula cada vez com mais proximidade, fazendo com que os fatores políticos, sociais e econômicos ganhem em relevância e atuação. É o caso do jornalismo.

Além de favorecer as conversações on-line, as redes sociais digitais podem ser empregadas na difusão de informações (RECUERO, 2009b). Característica que tem sido cada vez mais apropriada pelo jornalismo, uma vez que elas podem complementar as práticas jornalísticas nas etapas de produção e de circulação da notícia.

Nesse sentido, Recuero (2009, p. 7) propõe três tipos de relação entre as redes sociais digitais e o jornalismo: “a) redes sociais como fontes produtoras de informação; b) redes sociais como filtros de informações ou c) redes sociais como espaços de reverberação dessas informações.” Segundo a autora, com esses novos espaços, as organizações jornalísticas deixam de ter o controle do que é publicado, uma vez que as redes sociais digitais e a internet permitem que qualquer um publique na rede, podendo gerar mobilizações e conversações capazes de influenciar na pauta e no agendamento de notícias das organizações noticiosas e servindo como fontes de informação.

Segundo Silva (2014, p. 101): “As mídias sociais estariam, muitas vezes, sendo usadas como fonte seja para verificar se um assunto é tendência, checar uma

informação, monitorar assuntos, para vasculhar o perfil de personalidades, seguir perfis de famosos.”

Silva (2014) vai além quando afirma que há outra tendência que emerge na atualidade de que as redes sociais digitais muitas vezes pautam as mídias tradicionais. “Vários fatos surgem primeiro na internet para depois ganharem corpo e destaque na imprensa tradicional.” (SILVA, 2014, p. 106). Para o autor, essa forma de olhar para os fatos, utilizando o prisma da internet, está se tornando uma nova referência para o jornalismo.

Há poucos estudos sobre as estratégias que o profissional pode utilizar na utilização das redes sociais digitais. Encontramos uma pesquisa realizada na *Columbia University Graduate School of Journalism*, financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e originalmente publicada na edição brasileira da *Columbia Journalism Review*, a Revista de Jornalismo ESPM. A pesquisa se propõe a ser um modelo de negócio para o jornalismo digital de modo a demonstrar como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado, como será exemplificado no tópico a seguir.

3.4.1 Estratégias do jornalismo nas redes sociais digitais

Para Costa (2014), a presença dos jornais nas redes sociais digitais é inevitável, não somente pelo que cada jornal pode ganhar se relacionando com as pessoas, mas também porque a marca de qualquer jornal está presente nas redes.

As pessoas falam nas redes sobre o que leem nos jornais. As pessoas falam sobre os jornais. Mais: as pessoas falam de assuntos e de notícias que interessam aos jornais. Ainda mais importante: as pessoas compartilham as informações com outras. É a superdistribuição em plena ação. (COSTA, 2014).

Costa (2014) coloca que no mundo analógico se podia fazer uma pesquisa para saber o que os leitores achavam do jornal. No mundo digital, essa pesquisa pode ser feita instantaneamente e permanentemente. A regra número um para qualquer publicação, como para qualquer marca, é monitorar o que acontece com seu nome nas redes. “A isso se chama monitoramento, operação imprescindível

para qualquer empresa, organização, instituição ou indivíduo que pretenda relevância no mundo digital.”

Em seguida, a publicação deve se preocupar com seus movimentos nas redes sociais digitais, no sentido de como vai ofertar e retrabalhar o seu conteúdo e de como se relacionar com as pessoas que irão compartilhá-lo. Dependendo do tipo de monitoramento, a informação pode servir como instrumento permanente de pautas e de acompanhamento de determinados eventos e de seus desdobramentos nas redes. (COSTA, 2014).

Segundo o autor:

O monitoramento serve para entender a opinião dos internautas e também para acompanhar os desdobramentos dos fatos. O caso de manifestações públicas organizadas via redes sociais é o maior exemplo desta utilidade. Pode-se monitorar a sua organização, acompanhar sua realização e estar por dentro da sua evolução. (COSTA, 2014).

Alguns passos são fundamentais para o monitoramento e a presença de publicações nas mídias sociais. Tais como os apresentados pelo site *Sales Force* (2013 apud COSTA, 2014):

- a) estabelecer uma estratégia afinada com seus objetivos de longo prazo;
- b) promover um serviço constante de monitoramento da marca e sites, blogs e nas principais mídias sociais;
- c) discutir e definir uma política de mídia social que seja aprovada e bem-entendida por todos os integrantes da publicação, além de transparente para com os leitores;
- d) publicar um manual de uso das mídias sociais – para saber o que fazer quando algo de relevante, para o bem ou para o mal, acontecer. Serve para momentos de demanda da marca. Não importa se a demanda for relativa à presença institucional da marca ou em decorrência do seu uso por colaboradores, sem autorização para tanto, ou do público em geral – que não necessita de autorização para falar de qualquer marca;
- e) ter discutido e aprovado um plano de crise para mídias sociais – seja crise da publicação, crise provocada por algum evento extraordinário (catástrofe, acidente, ataque, guerra) ou crise social, econômica ou política a serem acompanhadas com monitoramento e mobilização;

- f) enfim, contratar bem e treinar os jornalistas para o manejo das mídias sociais – o que é o ideal, pois envolve toda a redação num projeto 100% digital e evita custos de equipes de mídias sociais à parte e que podem ficar distantes da realidade da redação.

Ainda com a ajuda da *Sales Force* (2013 apud COSTA, 2014), é possível fazer um resumo do foco necessário a um jornal preocupado com as mídias sociais. Seja no manejo da área comercial – na publicidade, nas assinaturas digitais e na venda de serviços –, o importante é usar as mídias sociais como ferramenta de medição e de intervenção crítica.

Segundo Costa (2014), os profissionais treinados para acompanhar as mídias sociais numa publicação on-line podem atuar no conteúdo e na área comercial:

- a) na área do conteúdo:
- produção em tempo real de análises, com métricas, sobre quais conteúdos estão tendo qual tipo de aceitação entre os leitores;
 - produção em tempo real de análises sobre eventos em curso;
 - produção em tempo real de pautas;
 - compartilhamento em tempo real de feedbacks, respostas e notícias com os leitores;
 - administração da comunidade em torno da publicação;
 - captação de tendências e insights de curto, médio e longo prazo;
 - identificação de conversas estratégicas e produção de respostas imediatas ao leitorado.
- b) na área comercial:
- divulgação proativa de eventos, campanhas, promoções;
 - planejamento e execução de eventos on-line e campanhas on-line – seja para captação de publicidade ou de assinaturas digitais;
 - treinamentos e consultorias on-line para clientes – em especial os clientes de publicidade;
 - rastreamento dos atributos e defeitos da marca;
 - acompanhamento do desempenho de mídia da publicação;
 - todo o trabalho de divulgação das atividades, promoções e eventos off-line.

O ideal, segundo Costa (2014), é que os jornalistas e os colaboradores da área comercial da publicação estejam não somente treinados para produzir conteúdos multimídia e de vendas, como também para monitorar e agir nas redes – os jornalistas nas ações relativas ao conteúdo e o pessoal da área comercial na sua área, ambos on-line. O autor salienta que o monitoramento do que ocorre nas redes sociais digitais precisa ser feita por alguém capacitado para entender o vocabulário e os humores nas redes.

Um dado com capacidade de pôr a perder todo o trabalho nas mídias sociais é o não entendimento da vocação correta de cada rede. Não basta simplesmente capturar o título de uma notícia e reproduzi-lo em todas as redes sociais, pois cada rede tem sua especificidade, seu humor, seu jeito de ser e de se manejar. Como explica Costa (2014) com relação as redes Facebook, Twitter e YouTube:

No Facebook, por exemplo, as pessoas se comunicam enquanto pares. As marcas que mais fazem sucesso ali falam aos seus seguidores na condição de semelhantes [...]. Ou que no Facebook, os comentários acompanhados de fotografias têm mais leitura do que apenas textos. Ou que textos curtos têm mais leitura que textos longos.

No Twitter, não basta resumir ou abreviar um texto, para caber nos 140 caracteres aceitos, se o jornal não entender que ali sim, as pessoas seguem alguém e este alguém sempre estará no centro do palco, seja para ter seus conteúdos reproduzidos por outrem (retuitados) seja para ter seu conteúdo curtido, elogiado ou contraditado, muitas vezes destruído. Ou que um tuíte com 110 caracteres tem mais chance de ser reproduzido do que um tuíte completo, de 140 caracteres. Ou que postar no melhor horário do Twitter (entre 14h e 17h e, depois, entre 20h e 22h) vai fazer seu post ter ser muito mais visto.

Nada adianta inserir um vídeo de longa duração no YouTube uma vez que se sabe que vídeo de curta duração funciona melhor naquele ambiente. Ou que legenda em português para conteúdos em outras línguas aumenta consideravelmente a audiência do vídeo. (COSTA, 2014).

Costa (2014) dá algumas outras dicas como: postar regularmente em qualquer rede ajuda a fidelizar a audiência, a interação com o público é mandatória, assim como o uso de palavras-chave (as chamadas “tags”), títulos e fotos diminutas para divulgar os vídeos são indispensáveis.

O autor ainda comenta que os sites especializados em mídia social estão repletos de dicas e ensinamentos sobre como usar melhor cada rede e também existem empresas especializadas neste assunto: “O interesse legítimo por mais este ofício torna salutar a contratação de consultores e especialistas em treinamentos de pessoal para trafegar com desenvoltura neste novo mundo.”

O próprio Facebook é uma mina de exemplos sobre como utilizá-lo corretamente para melhor aproveitamento do seu conteúdo. Segundo Costa (2014), na área de histórias do Facebook, por exemplo, pode-se encontrar a lista das maneiras para tornar um conteúdo viral. Peretti (2013 apud COSTA, 2014) exemplifica uma dica de “viralização”, na forma de lista. Os tópicos estão citados a seguir e compõem uma lista sobre como produzir conteúdo fácil de se espalhar no Facebook:

1) Seja emotivo, 2) o conteúdo deve ter identidade, 3) crie conteúdo que você mesmo compartilharia, 4) não perca tempo com truques, 5) seja você mesmo, 6) experimente muitas ideias, 7) capture o momento, 8) Animais fofinhos merecem respeito, 9) o humor é inerente à sociedade, 10) Não ignore o celular, 11) a nostalgia é inerente à sociedade, 12) Os direitos humanos são inerentes à sociedade e 13) Não publique coisas que as pessoas tenham vergonha de compartilhar. As explicações para cada tópico estão no próprio Facebook. (COSTA, 2014).

Costa (2014) finaliza que “Gente com capacidade de levar a informação online aos diferentes públicos, nas diferentes redes, na hora certa, de forma confiável e com total domínio das diferentes plataformas” transmite de maneira mais eficaz uma notícia qualquer. Assim, é por meio de profissionais jornalistas com profundo conhecimento do assunto a ser abordado e, ao mesmo tempo, total domínio do sistema digital que teremos uma produção jornalística de qualidade, independente e rentável na era digital.

Finalizamos o capítulo com uma constatação de Santaella e Lemos (2010) de que, por sermos criaturas sociais, as redes sociais digitais vêm para mostrar que as pessoas querem se comunicar e estar junto, ainda que em rede. Assim, evoluindo e ganhando novas ferramentas a cada ano, as redes sociais digitais fazem parte do dia a dia das pessoas, independente das áreas de atuação. Vários setores do Jornalismo já se apoderaram delas para trabalhar seus produtos e agregar usuários com interesses comuns, como é o caso do nosso objeto de estudo, a Rede “Jornalistas Livres”.

Visando demonstrar a pluralidade de meios e discursos no jornalismo, em especial na mídia digital, no próximo capítulo, abordaremos o histórico e os conceitos relacionados ao jornalismo alternativo. A finalidade é oferecer um panorama que possa propiciar a compreensão da importância desse modo de fazer jornalismo para a mobilização e transformação social e como elas se apropriaram

dos recursos da Internet para democratizar e pluralizar a comunicação nos dias de hoje, assegurando a função social do jornalismo que é a de interpretar, traduzir e informar a população, dando-lhe meios de exercer a cidadania, como nos colocam Kovach e Rosenstiel (2003).

4 JORNALISMO ALTERNATIVO

Ao procurar definir conceitualmente a práxis do jornalismo alternativo, Oliveira (2009, p. 7) a entende como todo o jornalismo que não visa ao lucro, e que se legitima pela “[...] apresentação de novas possibilidades de ambiências.”, proporcionando uma percepção diferenciada da realidade e do que é apresentado comercialmente. Assim, segundo Carvalho (2014), aquele praticado por sindicatos, organizações, comunidades e movimentos sociais se enquadraria nessa perspectiva.

De acordo com Oliveira (2009, p. 6):

Acerca do jornalismo alternativo, podemos afirmar que esta é uma expressão comum dos anos 1960 a 1980. Chamar esse tipo de mídia de alternativa significava, como o próprio nome sugere, que ela era uma opção diferente de leitura aos jornais de grande circulação, enquanto fonte de informação, pelo tipo de conteúdo e pela abordagem dos fatos. A tendência do jornalismo alternativo era romper com a ordem imposta pelo capitalismo, promovendo a efetiva participação dos cidadãos na sociedade e na produção do conhecimento.

Segundo Harcup (2003 apud GÓES, 2003) a mídia alternativa privilegia o fraco e o marginal, fala o que não é falado e oferece a perspectiva da pauta desprezada ou esquecida, agindo assim na contramão da mídia tradicional, que tem uma tendência de privilegiar o poder.

Nesse contexto, Oliveira (2011, p. 62) afirma que a existência da mídia alternativa é a garantia de uma reflexão radical da própria estrutura do debate democrático:

Mais que de esquerda, o discurso da mídia alternativa é metademocrático, pois constrói um espaço onde a própria democracia conceitualmente é refletida e discutida. Retira da grande mídia (e sua agenda e vozes legitimadas) a condição de sujeito único do direito à liberdade de expressão e amplia para outros círculos. Em um momento de refundação do Estado, do repactuação social e da incorporação de novos sujeitos na esfera pública – em um movimento contrário à privatização da cidadania observado pelas tendências da mídia comercial – ações de radicalização do conceito de democracia cumprem um importante papel.

Para Downing (2002), a mídia alternativa expande o âmbito das informações, da reflexão e da troca a partir dos limites hegemônicos, geralmente estreitos, do discurso convencional. Sua organização interna é muitas vezes de cunho mais

democrática do que hierárquica, e não precisa se autocensurar para atender aos interesses dos mandachucas da mídia, do poder estatal ou das autoridades religiosas. Frequentemente a mídia alternativa tem relação com algum movimento social em andamento e tenta ser mais sensível às vozes e aspirações dos excluídos. Expressa com espontaneidade os pontos de vista e opiniões para as quais a mídia oficial não oferece espaço ou ridiculariza. Assim, é ela que toma a dianteira na discussão de questões que só mais tarde receberão atenção da mídia oficial.

Nesse sentido, o jornalismo alternativo atua no campo popular como uma ferramenta para a comunicação sem deixar de lado a militância social, em que jornalistas e/ou comunicadores devem estar sempre com uma clara tendência a democratizar a palavra e a informação. (MORAES, 2007).

Para Moraes (2007, p. 4), os veículos devem ser independentes do governo, do estado e das corporações, “[...] relacionando-se especificamente a um projeto de transformação social”. E o trabalho desenvolvido precisa ser “[...] dialógico e democratizador”, capaz de “[...] difundir, co-produzir, organizar, articular, capacitar e reconstruir a memória, a identidade e a unidade na ação.”

Assim, segundo Atton e Hamilton (2008 apud OLIVEIRA, 2009), a chamada “mídia alternativa” está focada na capacidade de empoderar os cidadãos e possibilitar que as histórias de pessoas tidas como comuns sejam contadas – inclusive por elas mesmas - sem necessariamente precisar dos conhecimentos especializados de um jornalista.

Mouffe (1992 apud DOWNING, 2002, p. 89) afirma que há um impacto que a mídia alternativa exerce sobre os entendimentos que os participantes têm de si mesmo e de seu potencial como seres humanos. Para a autora, os possíveis efeitos implicam:

[...] que cada um tenha a oportunidade de criar suas próprias imagens acerca de si mesmo e do ambiente; que cada um seja capaz de recodificar a própria identidade [...], rompendo assim a aceitação tradicional dos signos e códigos impostos por fontes externas; que cada um se torne o contador da sua própria história [...]; e que cada um reconstrua o retrato pessoal que tem da própria comunidade e da própria cultura; que explore as possibilidades infinitas do próprio corpo, [...] até então desconhecidas; que cada um retire a própria linguagem do seu esconderijo habitual e a traga para fora, para a esfera pública, observando como ela funciona, de que maneira anula as outras linguagens ou é anulada por elas.

Assim, o jornalismo alternativo apresenta benefícios tanto para quem o produz, quanto para quem é impactado por ele, promovendo uma comunicação mais democrática e acessível, em termos de produção.

Oliveira (2011, p. 59) afirma que construindo fronteiras a mídia hegemônica define quais são as vozes legítimas e as não legítimas no debate público, estabelecendo “[...] um confronto do que vem a ser democracia e quais são os merecedores da participação nesta esfera.”

Para Thebaldi (2014), os controladores da mídia atual propagam estratégias de censura à liberdade de informação, uma vez que eles decidem o que deve, ou não, ser publicado ou exibido em seus espaços, podendo “bombardear” com excesso de informações o que o autor qualifica como “inúteis” ou podem silenciar determinadas vozes estabelecendo um quadro de “desinformação” na sociedade.

Para Kovach e Rosenstiel (2003, p. 183): “No lugar de funcionar como um guardião de instituições poderosas, a imprensa fica vulnerável e se converte num instrumento dessas mesmas organizações.” Contrários a esta tendência de bombardear e silenciar, estão as experiências dos “jornalismos alternativos”, com publicações que se articulam em uma outra perspectiva, a de fazer uma contranarrativa com propósitos democráticos. (OLIVEIRA, 2011).

4.1 JORNALISMO ALTERNATIVO NO BRASIL

Circularam no Brasil, durante os anos 70, como oposição ao regime militar, ao modelo econômico, à violação dos direitos humanos e à censura, inúmeros jornais em tamanho tabloide. Essas publicações ficaram conhecidas como imprensa alternativa ou imprensa nanica. (KUCINSKI, 2001). Segundo Oliveira (2011, p. 59):

Durante a ditadura militar no Brasil, a chamada imprensa alternativa se definia como um mecanismo de contra-pauta, de furar o bloqueio à censura imposta pelo regime e apresentar assuntos de relevância para o público ainda que incômodos para o governo autoritário. Era uma luta contra o silêncio imposto pelos detentores do poder.

Ao longo dos quinze anos de ditadura militar brasileira, haviam nascido cerca de 160 periódicos com diversas temáticas e um traço comum, a intransigente oposição ao governo. (KUCINSKI, 2001).

Sobre esses periódicos Kucinski (1998, p. 178) relata:

Hoje pertencem à história. Todos desapareceram. Leitores que não conheceram esses jornais não têm ideia dos momentos de encantamento que provocavam, de como incomodaram os militares, de como começavam bem e acabavam invariavelmente mal. Não imaginam o que poderia levar jornalistas consagrados a embarcarem, com um punhado de focas, ativistas políticos e intelectuais, naquelas naus incertas “sem aviso prévio e sem qualquer itinerário”, como disse o poeta. (KUCINSKI, 1998, p. 178).

O autor ainda afirma que os jornais alternativos cobravam com veemência a restauração da democracia e respeito aos direitos humanos, já a grande imprensa era complacente com a ditadura militar, que perseguia e distinguia os jornais alternativos dos demais. Para o regime militar, essa imprensa alternativa era considerada pelos serviços de segurança como inimigas.

O que identificava toda a imprensa alternativa era a contingência do combate político-ideológico à ditadura, na tradição de lutas por mudanças estruturais e de crítica ortodoxa a um capitalismo periférico e ao imperialismo, dos quais a ditadura era vista como uma representação. (KUCINSKI, 2001, p. 6).

Neste combate político-ideológico presente no surgimento da imprensa alternativa, Kucinski (2001, p. 6) pontua a influência de três atores sociais:

A imprensa alternativa surgiu da articulação de duas forças igualmente compulsivas: o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade.

Desse modo, com o principal propósito de contribuir para a formação de uma consciência crítica nacional e entendendo os jornais como entidades autônomas, as estruturas de poder da imprensa alternativa explicitavam propósitos democráticos e participativos. (KUCINSKI, 2001).

De natureza política e não mercantil, muitos jornais sofriam prejuízos. Contavam financeiramente com dinheiro e matérias de jornalistas que continuavam trabalhando na imprensa convencional, por artistas que organizavam shows para angariar recursos, pelo ativismo de militantes políticos e pela colaboração voluntária de intelectuais. (KUCINSKI, 2001).

Kucinski (2001, p. 12), em sua obra, relata um momento triste e crucial para o surgimento de jornais alternativos importantes:

[...] com o assassinato do jornalista Vladimir Herzog nas câmaras de tortura do Exército, em São Paulo, em outubro de 1975, rompeu-se o precário equilíbrio nas relações de trabalho no conjunto da grande imprensa, ao mesmo tempo em que se esgotou o modo complacente pelo qual os jornais se relacionavam com o regime, dando origem a uma nova geração de jornais alternativos importantes.

Sobre a repressão sofrida pela mídia alternativa, Downing (2002) afirma que a história da mídia radical alternativa - terminologia utilizada em sua obra - é quase sempre uma história de tensão e sobrevivência perante as hostilidades, às vezes mortal das autoridades.

Downing (2002) afirma que os ativistas da mídia radical muitas vezes sofreram repressão do Estado, como execução, cárcere, tortura, agressões fascistas, bombardeio de estações de rádio radicais, ameaças, vigilâncias policial e táticas de intimidação.

Com o fim da ditadura, do universo levantado de cerca de 160 jornais, Kucinski (2001) afirma que um em cada dois não chegava a completar um ano de existência. Apenas 25 jornais tiveram vida relativamente longa, de até cinco anos. Mas nenhum deles sobreviveu com seus traços originais ao regime autoritário que combateram e sob o qual nasceram.

Kucinski (2001) explica que o fato dessa imprensa alternativa não continuar se dá na lógica de que sua única razão de existir era a resistência e, portanto, não tinham porque sobreviver após o regime militar.

O modelo ético-político da imprensa alternativa tinha repúdio ao lucro e até mesmo o desprezo por questões de administração, organização e comercialização. O que contribui para fazer da imprensa alternativa uma formação provisória, frágil e vulnerável não só aos ataques de fora, como os da ditadura, mas até os oriundos de suas próprias contradições. (KUCINSKI, 2001).

Efetivamente, com a abertura, opor-se ao governo deixou de ser monopólio da imprensa alternativa. A grande imprensa foi recriando a esfera pública, através de apropriações de temas e jornalistas da imprensa alternativa. (KUCINSKI, 2001).

Estimulado pelo surgimento da ditadura, mas com direito próprio de existência na história, a imprensa alternativa criou um espaço público alternativo e pode até

mesmo ser definida, conforme as palavras de Kucinski (2001, p. 10) “[...] como uma forma de enfrentar a solidão, a atomização e o isolamento em ambiente autoritário.”

A enorme – ainda que oscilante – importância da mídia alternativa se deve ao fato de “[...] ser ela, comumente, quem primeiro articula e difunde as questões, as análises e os desafios dos movimentos. Sua fidelidade é devotada, em primeiro lugar, aos movimentos, e é por eles que ela nutre seu principal fascínio.” (DOWNING, 2002, p. 65).

Complementando, Oliveira (2011, p. 59) cita que “Hoje, o jornalismo alternativo não luta contra o silêncio imposto por ditaduras políticas, mas pela ampliação das vozes na esfera pública, fato dificultado pela ditadura do capital.” Para Downing (2002), a mídia alternativa serve como agente do poder de desenvolvimento em muitos sentidos, e é mais essencial à democracia do que a mídia oficial, ainda que essa tenha um visível alcance e influência.

Contudo, conforme Carvalho (2014, p. 128), se “[...] para o jornalismo comercial o desenvolvimento da Internet representa uma crise, para o jornalismo alternativo o que se observa é o apontamento de oportunidades que se abrem.” Neste cenário, grupos de jornalistas conseguem constituir uma relação mais próxima com seu público por meio de um produto segmentado e devido ao barateamento de custos para produção e publicação de conteúdos. (CARVALHO, 2014). É o que abordaremos brevemente no próximo tópico.

4.2 A INTERNET E O JORNALISMO ALTERNATIVO

Segundo Carvalho (2014), o desenvolvimento da Internet é promissor para o jornalismo alternativo, pois nesse cenário grupos de jornalistas conseguem constituir uma relação mais próxima com seu público por meio de um produto segmentado e devido ao barateamento de custos para produção e publicação de conteúdos. Esse barateamento é importante, pois, segundo Downing (2002), os formatos de baixo custo tornam-se cruciais para a cultura e o processo democrático, uma vez que, por questão de custo, fazem com que determinado público não seja excluído da comunicação.

Além disso, a Internet proporciona uma imensurável possibilidade de audiência para o jornalismo alternativo, corroborando com sua relevância social e

inserindo-o como um concorrente aos meios comerciais, uma vez que, com a potencialização da abrangência dos veículos, a segmentação dos conteúdos e a redução dos custos (já que não existe mais a necessidade de impressão para difusão de conteúdos), um antigo problema para a mídia alternativa parece estar se resolvendo. (CARVALHO, 2014).

A Internet ainda 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. (CARVALHO, 2014). O principal trunfo dos novos veículos alternativos está na possibilidade de ser encontrado pelo público-alvo de forma rápida, fácil e gratuitamente, já que:

[...] atuam principalmente por meio da Internet, exatamente por demandar uma tecnologia relativamente barata e oferecer acesso e uso facilitados. Consoante os pesquisadores, são principalmente as ferramentas disponibilizadas pela web 2.0, tais quais as redes sociais e os blogs, que contribuem para a elaboração desse “jornalismo novo”, facilitando o acesso à informação não oriunda dos conglomerados de mídia. (THEBALDI, 2014, p. 272).

É neste resgate aos preceitos do jornalismo que Brown (2000 apud KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 41) afirma que “[...] em vez de enfraquecer a noção de serviço público do jornalismo, a tecnologia na verdade mudou a forma como os jornalistas cumprem essa missão.”

Para Moraes (2007, p. 4-5), cinco dimensões de comunicação em rede com direção contra hegemônica podem ser observadas na Web. São elas:

- a) oposição direta ao neoliberalismo e defesa da universalização dos direitos democráticos e da socialização das riquezas;
- b) descentralização informativa: qualquer ponto da rede pode estabelecer permutas com outros pontos, dificultando o controle pelas instâncias de poder;
- c) os dados podem ser difundidos sem submissão às diretrizes e às idiosincrasias da mídia;
- d) a dinâmica virtual incentiva a interlocução e a interação baseadas em visões de mundo convergentes;
- e) estoques de textos e materiais audiovisuais podem ser compartilhados com base no princípio inclusivo da “publicação aberta” (leitores podem adicionar comentários, publicar textos e/ou fotos sem prévio consentimento dos editores e aproveitar arquivos e bases de dados) e na adesão ao copyleft (permissão para reproduzir informações sem fins comerciais, desde que citada a fonte, evitando-se as barreiras impostas pela propriedade intelectual).

Moraes (2007, p. 6) também elenca vantagens do jornalismo alternativo neste cenário digital como a “[...] instantaneidade, a transmissão descentralizada, a abrangência global da Web, a rapidez, o barateamento de custos e a autonomia frente às diretivas ideológicas e mercadológicas da mídia hegemônica.” Na mesma direção, Thebaldi (2014, p. 273) especifica medidas que, a seu ver, não só colaboram na difusão da informação alternativa, como acrescem mais espaço “[...] para o ecoar das vozes muitas vezes emudecidas pelos grupos midiáticos hegemônicos, contribuindo, ainda, para o declínio ou ruptura do ‘monopólio da informação’.”

Além disso, as metodologias colaborativas são lembradas por Moraes (2007), pois as organizações e coletivos de jornalistas e profissionais especializados a adotam com frequência no jornalismo alternativo.

[...] as mídias alternativas têm que investir tanto nas plataformas e possibilidades disponibilizadas pela Internet quanto na interação com os internautas, facilitando desde a produção e difusão de informações pelos indivíduos até a possibilidade de que as notícias sejam comentadas e compartilhadas pelos leitores, ademais da necessidade de internacionalizá-las, objetivando serem igualmente compreendidas no além das fronteiras nacionais [...].

Com a Internet, ativistas de movimentos sociais podem produzir seus próprios conteúdos e publicá-los promovendo determinado tema. O que diferencia esse conteúdo do que é publicado por veículos de comunicação alternativos é justamente a singularidade jornalística ou, mais simplesmente, a diferença entre o amadorismo dos divulgadores de informação ou comunicadores populares, potencializado pela Internet, e o profissionalismo. (CARVALHO, 2014).

A partir desta breve abordagem conceitual sobre jornalismo alternativo, percebe-se que as iniciativas hoje encontradas na Internet são, na verdade, fruto de um tipo de jornalismo que já está consolidado há muitos anos, mas que viu com o advento da Internet uma nova representação, uma nova era para o jornalismo alternativo e, acima de tudo, um meio pelo qual a política e a mídia podem tornar-se mais participativa, tanto em âmbito regional quanto internacional. (DOWNING, 2002).

A Internet se consolida como o primeiro “[...] veículo que oferece, aos indivíduos e coletivos independentes de todo o mundo, a chance de comunicar-se, com suas próprias vozes, com uma audiência internacional de milhões de pessoas.”

(DOWNING, 2002, p. 271). Portanto, o impulso para democratizar o processo de comunicação pela mídia é constante e as possibilidades técnicas da Internet como esfera pública são ilimitadas.

No tópico a seguir apresentamos uma breve síntese do que é a Rede “Jornalistas Livres”, nosso objeto de estudo, e um coletivo relevante que tem atuado com essa proposta do jornalismo alternativo de ampliar e democratizar a comunicação.

5 JORNALISTAS LIVRES E AS MÍDIAS SOCIAIS: ANÁLISES E RESULTADOS

A Rede “Jornalistas Livres”¹ surgiu no dia 12 de março de 2015 com a proposta de fazer uma contranarrativa à hegemônica dos grandes veículos de comunicação. De acordo com a descrição no site da Rede, a ideia de trabalho se baseia na “[...] colaboração que é defendida por eles como “[...] regra de convivência, trabalho e atuação.”

Entre os colaboradores estão coletivos de mídia livre, artistas, jornalistas avulsos, repórteres, editores, fotógrafos e cinegrafistas. O principal objetivo da rede é “[...] enfrentar a escalada da narrativa de ódio, antidemocrática e de permanente desrespeito aos direitos humanos e sociais, em grande parte apoiada pela mídia tradicional.” (JORNALISTAS LIVRES, c2016).

A ideia-força dos “Jornalistas Livres” é a da colaboração entre os comunicadores que defendem e lutam pela ampliação da democracia brasileira, bem como dos direitos humanos e sociais conquistados pelas camadas mais vulneráveis da população.

Queremos incluir as vozes, os sotaques, os modos de expressão, as histórias de vida, as alegrias e os lamentos de toda a imensa variedade de formas de vida e sociabilidade humana que se encontram neste país. Não almejamos a “fala correta”, não seguimos manuais homogeneizadores e excludentes da diferença e diversidade. Somos uma rede inclusiva contra a exclusão, somos, por isso, bem diferentes da mídia corporativa. (JORNALISTAS LIVRES, 2015).

Segundo o site da rede, “[...] o desafio é constituir uma mídia independente, apartidária, inclusiva, crítica, pluralista de verdade, desafiadora dos clichês e preconceitos alimentados pela mídia tradicional a serviço dos grandes e poderosos.” Uma imprensa chamada por eles de “verdadeiramente livre”. (JORNALISTAS LIVRES, 2015).

Para dar seguimento ao projeto, contam com voluntários e suas disposições pessoais.

Em julho de 2015, a rede realizou uma campanha de financiamento coletivo, que se solidificou como a maior arrecadação para projeto jornalístico da história do

¹ Os dados históricos tiveram como fonte de pesquisa, além do site um vídeo institucional da rede Jornalistas Livres, o conteúdo está disponível em: <<https://jornalistaslivres.org/como-surgiu/>>.

país. A campanha arrecadou mais de 130 mil reais. O dinheiro custeou a sede, equipamentos e cobertura de pautas específicas. (JORNALISTAS..., 2016).

Elaborada pelo Coletivo Bijari, a identidade visual do coletivo (Figura 1) associa a marca à Democracia, à ação direta, às ruas e às redes. A imagem de um megafone representa os parceiros de mídia livre e independente, que fazem o coro polifônico da defesa da Democracia e dos Direitos Sociais que o coletivo tanto exalta.

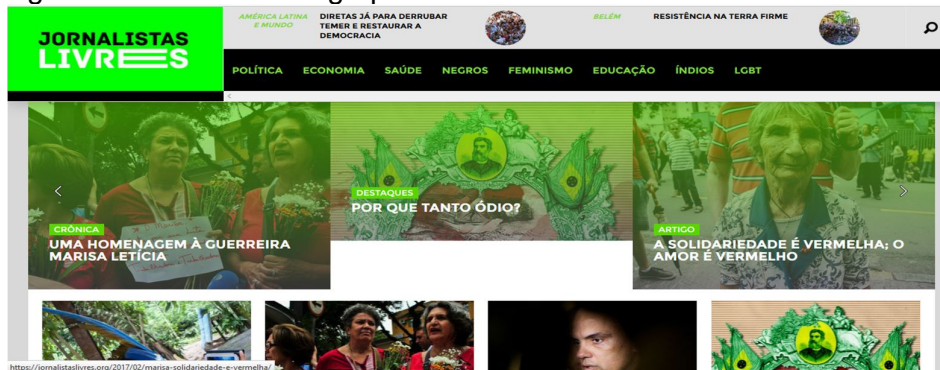
Figura 1 - Identidade Visual dos Jornalistas Livres



Fonte: Jornalistas Livres (c2017).

O coletivo utiliza para divulgar suas publicações, além do site oficial, redes sociais digitais como o Twitter, Instagram, Facebook e possui um canal no Youtube. O site oficial do grupo Jornalistas Livres é um espaço destinado as matérias com o conteúdo mais completo. São oito seções que são apresentadas no site como destaque. São elas: Política, Economia, Saúde, Negros, Feminismo, Educação, Índios e LGBT - acrônimo de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros (Figura 2).

Figura 2 - Site oficial do grupo Jornalistas Livres



Fonte: Jornalistas Livres (c2016).

No *Instagram*, rede que em síntese permite o compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, o grupo “Jornalistas Livres” possui 1183 publicações e possui 82 mil seguidores (Figura 3).

Figura 3 - Instagram do grupo Jornalistas Livres



Fonte: Jornalistas Livres ([2017?a]).

O Twitter foi fundado em março de 2006, nos Estados Unidos, baseando-se na ideia de um microblog, no qual o usuário pode se expressarem até 140 caracteres. A Figura 4 ilustra como é o Twitter do coletivo “Jornalistas Livres”. Nela fica evidenciado que há 12 mil tweets, 1.656 curtidas e 194 mil seguidores.

Figura 4 - Twitter do grupo Jornalistas Livres



Fonte: Jornalistas Livres (2017).

Hoje, a rede social mais utilizada pelo coletivo “Jornalistas Livres” é o Facebook (Figura 5), que foi criado em outubro de 2003, por Mark Zuckerberg. Segundo Cavalcanti (2014, p. 72):

No Brasil, a rede é uma das principais usadas pelos jornalistas no trabalho de apuração das notícias, porque, além do texto, os perfis ainda podem publicar fotos e marcar os assuntos com hashtags, permitindo o monitoramento e acompanhamento do desenrolar dos fatos. Também é uma das ferramentas que os veículos de comunicação usam para interagir com seus leitores, seja pedindo conteúdo, seja oferecendo ao leitor assuntos que possam ser do seu interesse.

Figura 5 - Página no Facebook do grupo Jornalistas Livres



Fonte: Jornalistas Livres (c2017).

Em fevereiro de 2017, conforme Figura 6, a página dos “Jornalistas Livres” contabilizava mais de 689 mil *likes*, com um percentual de 1,8 de crescimento por semana.

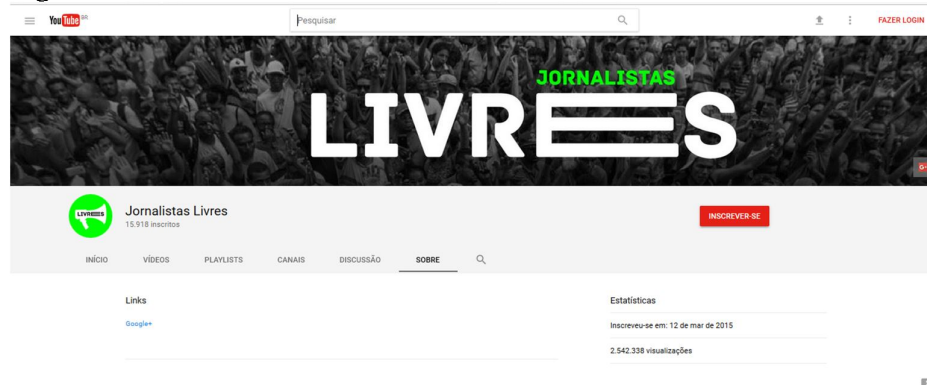
Figura 6 - Curtidas e outras informações - Facebook



Fonte: Jornalistas Livres (c2017).

Além dessas redes sociais digitais, o coletivo possui um canal no YouTube. Fundado em 2005, o site permite que os seus usuários carreguem e compartilhem vídeos em formato digital. O canal do coletivo no YouTube possui abrangência de temas, é atualizado constantemente e de acordo com a Figura 7 possui mais de dois milhões de visualizações.

Figura 7 - Canal do YouTube do coletivo Jornalistas Livres



Fonte: Jornalistas Livres ([2017?b])

A visibilidade alcançada pelo grupo em todas as redes sociais digitais apresentadas é significativa considerando o seu pequeno tempo de atuação. O projeto é recente e experimental, mas é visto com entusiasmo pelos participantes. O objetivo declarado é participar do esforço pela reconstrução de uma imprensa ligada à transformação social no país.

Larissa Gould faz parte da rede e afirma que é só o começo: “Não somos a única iniciativa com a proposta de ampliar e democratizar a comunicação, [...] outras mais virão. No que depender de nós, a paz do monopólio da mídia brasileira está com os dias contados.” (JORNALISTAS..., 2016).

5.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos adotados para alcançar os objetivos do estudo foram uma pesquisa qualitativa de caráter descritivo. O método foi a pesquisa de campo com o universo voltado para a atuação da Rede “Jornalistas Livres” em Belo Horizonte-MG. A escolha se deu por se tratar de um grupo que

conseguiu, em exatos um ano e seis meses de atuação, relevante visibilidade nas redes sociais.

Marconi e Lakatos (2001) explicam que a pesquisa qualitativa tem como premissa analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano e fornecendo análises mais detalhadas sobre as investigações, atitudes e tendências de comportamento. Assim, a ênfase da pesquisa qualitativa é nos processos e nos significados.

Segundo Oliveira (1997, p. 147), as pesquisas qualitativas:

Possuem a facilidade de poder descrever a complexidade de uma determinada hipótese ou problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos experimentados por grupos sociais, apresentar contribuições no processo de mudança, criação ou formação de opiniões de determinado grupo e permitir, em maior grau de profundidade, a interpretação das particularidades dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos.

Quanto aos objetivos da pesquisa, classificamos o estudo como descritivo. Segundo Gil (2008), a pesquisa descritiva busca descrever as características de determinadas populações ou fenômenos e sua grande contribuição é proporcionar novas visões sobre uma realidade já conhecida. Constitui-se em uma pesquisa descritiva, pois buscou estudar determinado fenômeno, estudando sua natureza e os processos que o constituem. Nesse tipo de pesquisa não há interferência do pesquisador, ou seja, ele apenas atua descrevendo o objeto da pesquisa buscando levantar dados sobre o assunto da pesquisa. (BARROS; LEHFELD, 2000).

Quanto aos procedimentos adotados para obtenção dos dados necessários ao objeto da pesquisa utilizamos a pesquisa de campo. Segundo Gil (2008), a pesquisa de campo é realizada por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas para captar as explicações e interpretações que ocorrem naquela realidade específica na qual procura se aprofundar.

Inicialmente, desenvolvemos uma pesquisa bibliográfica acerca do conteúdo e uma revisão de literatura, para buscar contribuições teóricas sobre a temática da pesquisa, partindo do material já existente para aprofundar conceitos e estabelecer familiarização acerca dos assuntos abordados. (MARCONI; LAKATOS, 2001).

Optamos como fonte para a coleta de dados a utilização da entrevista que possibilita interação maior com o entrevistado proporcionando informações sobre os objetivos previamente estabelecidos na pesquisa.

Elaboramos um roteiro com os tópicos a serem explorados na entrevista. O roteiro foi constituído de 22 perguntas abertas, as quais os entrevistados puderam responder livremente. (APÊNDICE A).

Segundo Gil (2008), pode-se definir entrevista como a técnica em que o investigador formula perguntas e se apresenta frente ao investigado visando à obtenção dos dados que interessam à investigação. A entrevista é, segundo o autor, uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes se apresenta como fonte de informação e outra busca coletar dados.

O tipo de entrevista utilizada denomina-se entrevista em profundidade, que é caracterizada por uma conversa na qual o pesquisador faz perguntas abertas e fechadas, tendo como intuito explorar um determinado tema. É necessário que o pesquisador demonstre interesse nas respostas do entrevistado sem perder o foco da pesquisa e que constitua com o entrevistado uma relação harmoniosa. (FERREIRA, 2013).

Existem três tipos de entrevista em profundidade: entrevista aberta, entrevista semiaberta e entrevista fechada. Para este trabalho, será utilizado o último formato, que, de acordo com Duarte (2010), tem um questionário estruturado e com perguntas iguais para todos os entrevistados, assim, a comparação entre as respostas torna-se mais simples.

Antes de aplicarmos as entrevistas submetemos o estudo ao Comitê de Ética no qual obtivemos a aprovação. (ANEXO A). Os sujeitos de pesquisa foram três profissionais formados em jornalismo atuantes no coletivo “Jornalistas Livres”, em Belo Horizonte-MG. Estabelecemos como critérios de exclusão indivíduos que atuam na rede analisada sem formação profissional em Jornalismo.

A participação na coleta de informações se deu de forma voluntária de acordo com a disponibilidade e escolha do grupo (APÊNDICE B), tendo ocorrido de forma presencial na cidade de Belo Horizonte-MG (APÊNDICE C). Devido a um imprevisto com um entrevistado, a terceira entrevista foi realizada via e-mail.

A cidade de Belo Horizonte-MG foi escolhida para que fosse palco de discussões e reflexões acerca da temática contrariando uma hipótese de que haja

questão da hegemonia dos estudos científicos concentrada na cidade de São Paulo-SP. Em um primeiro momento, o contato com a rede “Jornalistas Livres” foi realizado via e-mail.

Após a coleta de todas as informações, foi realizada a análise e o cruzamento de dados das respostas com o intuito de verificar se o objetivo principal do trabalho foi alcançado. A análise dos resultados tem como objetivo organizar e sumarizar os dados de maneira a possibilitar o fornecimento de respostas ao problema proposto na investigação. (GIL, 2008).

5.2 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com o objetivo de facilitar a análise agrupamos as questões de acordo com as seguintes categorias:

1. Entendimento do coletivo “Jornalistas Livres” como um Jornalismo Alternativo;
2. Presença do Jornalismo Alternativo no ambiente digital;
3. Potencialidade e estratégias das mídias sociais digitais para o exercício do Jornalismo Alternativo;
4. Principais mecanismos de sobrevivência na atuação dos “Jornalistas Livres”;

Individualizaremos nos tópicos subsequentes as questões de acordo com as respostas de cada entrevistado para que possamos compreender de forma personalizada suas opiniões e respostas acerca do assunto abordado.

5.2.1 Primeiro entrevistado

O primeiro entrevistado é do sexo masculino e tem 68 anos. Trabalha em um veículo de comunicação impressa da cidade e atua de forma voluntária na rede “Jornalistas Livres”.

5.2.1.1 Categoria 1 - Entendimento do coletivo como um Jornalismo Alternativo

Na primeira categoria que busca compreender o entendimento do coletivo “Jornalistas Livres” como um jornalismo alternativo, destacamos o motivo do seu surgimento, que, segundo o primeiro entrevistado, ocorreu devido ao descontentamento de um grupo de jornalistas, atuantes na cidade de São Paulo, com o trabalho que vinham realizando como profissionais contratados pela grande mídia.

Segundo o entrevistado, sua intenção pessoal na atuação da rede é a de abordar livremente as questões que defende, suas posições políticas, seus ideais e, assim, contribuir de alguma forma com a busca pelo outro lado da informação.

A rede atua, segundo o entrevistado, de forma colaborativa na qual os jornalistas não possuem, em seus processos de produção noticiosos, uma hierarquia em relação às funções das tarefas. Assim, a troca de experiências e informações são realizadas de forma abrangente, inclusive com outros coletivos que atuam com a mesma proposta de jornalismo alternativo.

Para o entrevistado, a grande imprensa limita os profissionais por possuírem interesses sobretudo econômicos. Assim, segundo a nossa fonte, a atuação no coletivo pode ser compreendida como alternativa na medida em que permite a autonomia e a possibilidade de poderem, como jornalistas, publicar o outro lado da notícia e, sobretudo, o que consideram importantes para que a população tome conhecimento.

Em suas palavras: “[...] a gente trabalha dentro deste espírito de dar, contribuir com um outro lado, que a grande imprensa deixa de lado e que a gente acha importante noticiar.”

Para o entrevistado, a missão da rede “Jornalistas Livres” é a dar uma outra visão dos fatos. Sua responsabilidade é com a verdade e com a busca para oferecer ao público uma informação criteriosa e com credibilidade, que, a seu ver, é a expectativa do público. “[...] a gente é muito disciplinada quanto a isso. Então se eu cometer uma bobagem é de uma irresponsabilidade. Então eu tenho que lidar com muita coisa ali, às vezes delicada, mas com muita responsabilidade.”

Em umas das questões, o entrevistado coloca que indicaria como uma atividade imprescindível aos que desejam embarcar no mundo do jornalismo

alternativo o cuidado com a responsabilidade, a credibilidade e a ética com o conteúdo que virá a ser público.

Quando perguntamos quais dos nove elementos básicos do jornalismo, elencados por Kovach e Rosenstiel (2003), ele considerava fundamental, o entrevistado foi incisivo ao afirmar que seria o primeiro: obrigação com a verdade.

5.2.1.2 Categoria 2 - Presença do Jornalismo Alternativo no ambiente digital

No que concerne a respostas sobre a categoria que busca entender a presença do jornalismo alternativo no ambiente digital, o entrevistado afirma que a mobilidade oferecida com o uso do celular é um facilitador na cobertura das notícias, pois permite maior facilidade na produção de fotos e vídeos.

Com relação à organização e comunicação entre os membros do grupo, o entrevistado coloca que tudo é resolvido por meio de aplicativos de troca de mensagens e algumas reuniões.

O entrevistado expõe também em uma das questões que o profissional está se adaptando ao cenário digital, que, por sua vez, exige cada vez mais um profissional multitarefa, o que ele vê como um lado negativo:

[...] agora vem a internet e vem embolando tudo [...] porque ela mistura repórter com editor, as funções estão muitas, se deixar eles querem que você fotografe, que você redija a matéria, que edite, que você porte e o diabo. E isso tem a ver com o mercado de trabalho.

Contudo, ele afirma que “A internet trouxe um mar de informações” e o futuro está apontando para iniciativas que trabalham com o jornalismo alternativo ocorridas na internet, como blogs, portais de comunicação, sites, etc. Em suas palavras:

Eu trabalho em jornal e não olho lá o jornal. Meu tempo e de todo mundo é muito precioso. Eu não tenho tempo, e eu não perco tempo mais de ler jornal. Eu não vejo televisão. Televisão para mim é só lixo. É muita desinformação. [...] Então, de outro lado, sinto-me tremendamente bem informado pela internet. [...] Eu me informo muito pelo *Facebook*.

Nosso primeiro entrevistado vê a internet como uma potência para a atuação do jornalismo alternativo e relembra os tempos de ditadura militar, que reprimia essas iniciativas:

[...] na época que a gente teve essa imprensa alternativa, aqui, a gente penava, primeiro porque a gente estava de baixo da ditadura. Então a gente via o medo da polícia chegar, como chegou. Então... terrorista que invadiram a redação do jornal que a gente tinha aqui. De madrugada. Então a gente estava muito sobre pressão.

Estabelecendo um comparativo, ele afirma que hoje também existe pressão, mas, que ela se configura de forma diversificada dos anos atrás. O entrevistado coloca sua preocupação com o modo como redes sociais digitais se comportam e vigiam os usuários. Citando o *Facebook*, ele afirma que há uma apreensão por parte da rede de que haja suspensão da página do coletivo impedindo a disseminação dos conteúdos.

Para o entrevistado, a principal plataforma utilizada pelos “Jornalistas Livres” é, sem dúvida, o *Facebook*. Mas que a rede “Jornalistas Livres” está presente também em outras redes, como *Instagram*, site próprio e *Twitter*.

5.2.1.3 *Categoria 3 - Potencialidade e estratégias das mídias sociais digitais para o exercício do Jornalismo Alternativo*

No que concerne à categoria descrita acima, o entrevistado destaca como potencialidade das mídias sociais o crescimento e a abrangência globalizada do coletivo nas redes sociais digitais:

Nós estamos num crescimento, então. [...] estamos vivendo uma situação de ascensão. Então é uma perspectiva muito boa, ou seja, estamos tendo credibilidade e estamos conquistando leitores, e crescendo. E aí o infinito, porque hoje você não pode pensar, por exemplo, não é só brasileiro do Brasil que acessa. Tem um brasileiro no Japão, e tem muita gente. Eu mesmo tenho amigos no *Facebook* de vários países, e essas pessoas compartilham e vira uma loucura, esse negócio. É uma doideira.

Como estratégias de mídias sociais utilizadas pelo grupo, o entrevistado afirma que a comunicação precisa ser rápida e objetiva.

Essa é uma estratégia, objetividade, texto curto, no caso do *Facebook*. As matérias mais longas, mais trabalhadas são colocadas no site, *Twitter* é “vapt vupt”, é coisa de piscar. E tem o site. Eu, por exemplo, quase não abro o site, mas tem gente que gosta.

Em meio às diferentes mídias, fica claro que o entrevistado escolhe a plataforma tendo em vista o tipo de matéria que será veiculada:

Conforme for o material você publica em todos. Mas conforme for, você publica só no *Twitter*, porque tem um perfil mais de coisa rápida. Outras você publica só no *Facebook*. Aí varia, o pessoal de São Paulo é que define lá.

Para o entrevistado, produzir conteúdo jornalístico é um dos objetivos da rede, uma vez que ele acredita que o crescimento da rede está interligado a essa produção de conteúdo jornalístico com substância, o que encaramos também como uma das estratégias utilizadas. Outra fala que consideramos como estratégia seria o cuidado que o grupo possui de não ser preconceituoso. Não ao fato em si, mas principalmente à questão de estar vigilante quanto às publicações para que não entrem em contradição com o princípio de pluralidade de vozes e o respeito a elas.

Nas palavras do entrevistado:

Uma das características que eu noto muito no grupo é que é um pessoal assim muito sem preconceito de nada, a gente tem muito cuidado não ser preconceituoso, e preconceituoso em tudo em relação à mulher, em relação a negro, em relação a índio, pobre, rico e tudo mais. O pessoal é muito vigilante quanto a isso.

Para o entrevistado, outra estratégia muito utilizada é a publicação de fotos, charges e vídeos que conseguem, segundo ele, obter uma repercussão relevante. A preocupação em não postar um vídeo de longa duração também é apontada por ele como uma estratégia.

5.2.1.4 *Categoria 4 - Principais mecanismos de sobrevivência na atuação dos “Jornalistas Livres”*

Como mecanismos de sobrevivência do coletivo, o entrevistado aponta que no início houve uma campanha que angariou contribuição financeira de pessoas que apoiam o projeto.

Contudo, para o entrevistado a intenção não é ganhar dinheiro. Em suas palavras “Ninguém tem essa ilusão”. A intenção é desenvolver um trabalho comprometido com o público e com o que eles mesmos acreditam que seja

importante, mas coloca que captar recursos seria muito importante para o desenvolvimento das atividades com mais qualidade. Quando indagado como o grupo se mantém, ele nos respondeu da seguinte forma:

É, não se mantém. Se mantém com o trabalho voluntário dos seus integrantes. Agora é claro que, vai ser muito bem vinda também, e está no nosso horizonte, também de partir mais agressivamente em busca de captação de recursos. Porque se a gente capta, suponhamos, R\$30.000 por mês, já vai dar pra contratar um repórter para ficar por conta, e ele vai produzir um material muito melhor porque às vezes a gente que não está com o tempo disponível. Então é mais nesse sentido. Então nós estamos... nós temos isso no horizonte, captar recurso, e tal.

5.2.2 Segundo entrevistado

O segundo entrevistado é do sexo masculino e tem 21 anos. Além de colaborar com a rede, trabalha em uma rádio da cidade de Belo Horizonte.

5.2.2.1 Categoria 1 - Entendimento do coletivo como um Jornalismo Alternativo

Na primeira categoria sobre o entendimento do coletivo como um Jornalismo alternativo o entrevistado afirma que os “Jornalistas Livres” é um jornalismo que não precisa e não sobrevive às custas de publicidades de grandes empresas, como é o caso do jornalismo tradicional.

Para ele, os “Jornalistas Livres” como rede se encaixam completamente no conceito de Jornalismo Alternativo que não precisa de nenhum dos grandes meios, nem que nenhum grande empresário patrocine e nenhuma grande organização.

Segundo o nosso entrevistado, a linha editorial do coletivo é ser a favor da democracia, em defesa dos direitos humanos. Para ele, o entendimento da missão do coletivo ocorre com uma certa falência da mídia tradicional. Em suas palavras:

[...] A forma com as pessoas se comunicam, a forma como a velha mídia não tem feito uma cobertura, não tem cumprido um papel que ela diz cumprir, de informar a população. Então, a partir da percepção da insuficiência da velha mídia, começa-se a criar novos meios de comunicação, novas formas, novas mídias, que buscam suprir essa deficiência.

Segundo o entrevistado, o trabalho desenvolvido pelo coletivo é de romper a censura, e fazer uma contranarrativa. “Construir uma interpretação de mundo que é diferente da que é tratada pela tradicional.”

[...] eu acho que o jornalismo alternativo aquilo que mais importante é oferecer espaço para os profissionais de comunicação, para os comunicadores, sejam estudantes, sejam formados ou não, sejam informação, com pós graduação, ou não, sejam empregados, ou não, tenham o espaço para poder publicar e divulgar essas suas visões. E aí a rede de “Jornalistas Livres”, ao meu ver, defende, oferece um espaço de liberdade que eu consiga publicar sem ser censurado, a censura é mínima, mas um bom senso do que qualquer outra forma. É mais para qualificar o conteúdo, e não para restringir para deixar, e aí me permite que eu possa manifestar sobre aquilo. É isso para mim que é jornalismo de qualidade.

Quando perguntamos sobre os elementos básicos do jornalismo, elencados por Kovach e Rosenstiel (2003), ele disse considerar fundamental o 9º elemento, que estabelece que “Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência” e explica sua escolha por ser o único veículo a abordar a questão da liberdade.

5.2.2.2 *Categoria 2 - Presença do Jornalismo Alternativo no ambiente digital*

No que se refere à segunda categoria, que aborda a presença do jornalismo alternativo no ambiente digital, o entrevistado afirma que acredita que a rede possa superar os grandes meios de comunicação tradicionais do Brasil devido ao rápido crescimento da rede.

Para o entrevistado, o cenário digital proporcionado com o advento da Internet esbarra na noção de que ela não tem dono. Assim, qualquer pessoa pode produzir conteúdo e publicar. Para ele, é neste sentido que a Internet acaba quebrando o monopólio da comunicação por oferecer um ambiente mais democrático.

Nosso entrevistado acredita que, com o desenvolvimento da era digital, é natural que novas formas de comunicação e de organização e produção do jornalismo acabem surgindo.

O terceiro entrevistado também demonstra preocupação com a força das redes sociais e sua fragilidade. Em suas palavras:

[...] olha é um paradoxo, ao meu ver, da Mídia Ninja e dos “Jornalistas Livres”. Eles têm maior engajamento de mais força nas redes sociais do que a maioria dos meios tradicionais juntas. Agora, é se o Mark Zuckerberg, der uma pirada. Apertar um botão toda essa força se apaga né? É totalmente anulada. E o meio, esses meios de comunicação alternativos, como os “Jornalistas Livres” e Mídia Ninja vivem nesse paradoxo. Por um lado muito forte, mas por outro lado uma fragilidade, assim, intensa. Porque, querendo ou não, Folha de São Paulo, Globo, são muito grandes para se apagar com um botão, a gente não.

Assim, para o entrevistado, o “Jornalistas Livres” vivem esse impasse da dependência das redes sociais digitais, que é minimizado com a utilização de outros meios. Quando indagado sobre o jornalista estar se adaptando ao cenário digital e às redes sociais, nosso entrevistado se coloca afirmativamente:

Definitivamente, porque eu te garanto, seja jovem, seja velho, seja experiente, seja estudante, ou seja profissional já formada, ninguém sabe com utilizar a rede social, porque ela é muito mais livre. Ela dá muito mais possibilidades. E a única forma de você conseguir descobrir isso é experimentando.

Para eles os jornalistas mais velhos ficam presos à forma de comunicação tradicionais, mais básicas, e a uma linguagem mais consolidada, o que o dificulta a alcançar o ponto que deveria alcançar, tecnologicamente falando.

5.2.2.3 Categoria 3 - Potencialidade e estratégias das mídias sociais digitais para o exercício do Jornalismo Alternativo

No que concerne à categoria Potencialidade e estratégias das mídias sociais digitais para o exercício do Jornalismo Alternativo, o entrevistado destaca como potencialidade das mídias sociais uma busca por produzir um conteúdo de boa qualidade que acabou sendo utilizado pela mídia tradicional em diversos pontos. Em suas palavras:

[...] ano passado com as ocupações das escolas, o áudio que a gente conseguiu pegar/vazar do secretário de educação do governo Alckmin. É por exemplo, ele completamente, ele foi utilizado, foi citado várias vezes em matérias da mídia da velha imprensa. Então assim eles próprios já estão reconhecendo. E esse ano com as violências policiais nas manifestações contra o golpe. Aí várias, a gente conseguiu ter respaldo internacional. Até sendo citado em meio de comunicação internacionais de outros países. Agora eu acho, se eu não me engano, foi no New York Times. Então a gente está tendo, mais e mais legitimidade. E a gente está crescendo muito

além do nosso alcance. Eu acho que também organicamente nós estamos se organizando melhor. É só isso... está mais bem organizado, bem estruturado.

A propósito das estratégias de mídias sociais digitais utilizadas ele explica:

[...] a gente não organiza os nossos posts. Se for uma estratégia ela é muito vaga, eu diria. Assim, tem alguma coisa mais de noite, quando não tem um acontecimento jornalístico relevante, quando as coisas são mais frias, a gente não fica dependendo de produzir alguma coisa mais de manhã, e sobretudo à tarde e início da noite fica produzindo conteúdo mais propriamente jornalístico [...] Mas eu acho que uma coisa que a gente começou a usar é, por exemplo, foi fazer vídeo ao vivo no *Facebook*, que é uma estratégia legal para puxar as pessoas, que eu acho bem interessante. Uma outra coisa que é vindo que depender exclusivamente de uma rede social é muito frágil, a gente já começou a diversificar, criar site, *Instagram*, criar *Twitter*, criar página no *YouTube* e publicar nossos conteúdos também nessas redes, né. Claro, tendo alguma consideração que cada rede tem o seu perfil diferente, mas aí diversificar, e é isso.

Outra estratégia relatada é intensificar e ampliar o máximo a quantidade de pessoas que têm acesso a estas redes. Para ele a plataforma mais intensa, em termos de fluxo, é o *Facebook*. Apesar disso, a gente usa muito o *Telegram*, não só para se organizar, mas também para divulgar conteúdo. Cita o *Instagram*, o *Twitter*, o *YouTube* e o site do coletivo, apontando-o como o de segunda maior abrangência.

5.2.2.4 Categoria 4 - Principais mecanismos de sobrevivência na atuação dos “Jornalistas Livres”

Como mecanismos de sobrevivência do coletivo, o entrevistado aponta que a rede funciona exclusivamente a partir de trabalho voluntário. Diz desconhecer alguma pessoa do grupo que se sustenta diariamente e vive a partir do trabalho na rede:

Todas as pessoas, todos os comunicadores, fotógrafos, eles disponibilizam os materiais para a rede. É aí com que a gente se mantém, apesar da gente não se manter.

Os rendimentos, como afirmou o primeiro entrevistado, é oriundo de uma campanha de financiamento coletivo, historicamente a mais bem-sucedida, na história do Brasil, para jornalismo.

5.2.3 Terceiro entrevistado

A nossa terceira entrevistada é do sexo feminino e tem 29 anos. Além de colaborar com a rede, trabalha em uma TV pública do Estado de Minas Gerais.

5.2.3.1 Categoria 1 - Entendimento do coletivo como um Jornalismo Alternativo

Na primeira categoria explicitada acima, nossa entrevistada afirma que a rede se caracteriza como jornalismo alternativo porque não depende de grandes empresas ou políticos. Segundo ela, os “Jornalistas Livres” se denominam como uma rede de coletivos que tem crescido em todo o Brasil. Em suas palavras, ela explica a missão do coletivo, que muito se encaixa nos princípios do Jornalismo Alternativo:

A nossa missão é defender sempre a democracia, dar voz às minorias, lutar pelos direitos humanos e sociais, e também contranarrar a “grande” mídia. [...] Acreditamos no envolvimento com o público, então, além da rede ser grande, com muitos participantes, há sempre muita sugestão de material, que, na maioria das vezes, chega até pronto para publicação. Um verdadeiro sinal de que devemos fazer mais que jornalismo, uma comunicação popular.

Para ela, o jornalismo alternativo se difere do jornalismo convencional na medida em que não depende de anúncio ou propaganda o que permite que seja livre de amarras comerciais e muitas vezes políticas. O conteúdo diferenciado do coletivo, segundo ela, vem justamente dessa não dependência financeira, podendo estar próximo dos não privilegiados, e que carregam tantas informações e verdades, como os trabalhadores, os sem-terra e sem-teto, atingidos e tantas minorias.

Assim como o primeiro entrevistado, ela afirma que considera a busca da informação verdadeira como sendo o elemento fundamental da prática jornalística.

5.2.3.2 Categoria 2 - Presença do Jornalismo Alternativo no ambiente digital

Para a entrevistada, no que concerne a segunda categoria que analisa a presença do Jornalismo Alternativo no ambiente digital, a internet abriga um grande número de jornalistas alternativos, que atuam na tentativa de se contrapor à

narrativa das grandes corporações, que não representam interesses de uma sociedade em geral, e sim de grupos de pessoas privilegiadas.

Para ela, a internet é mais democrática e por isso oferece mais pontos de vista, e a comunicação popular, adquirida com a atuação dos jornalistas alternativos, é mais próxima à sociedade, pois se articula mais com grandes movimentos sociais.

Sobre a questão de ser possível repetir a experiência do “Jornalistas Livres” em matéria de circulação e relevância democrática em um mundo sem mídias sociais, a entrevistada fez a seguinte ressalva:

Eu acredito que as épocas criam circunstâncias. Na época da ditadura militar no Brasil, por exemplo, houve muito jornalismo de resistência à ditadura, como os jornais impressos *Biônio*, em Belo Horizonte, o *Pasquim*, no Rio de Janeiro, e vários outros. É verdade que só com a Internet é possível que a informação chegue do outro lado da Terra naquele mesmo instante. Mas os “Jornalistas Livres” são como esses jornais impressos: de resistência.

Quando indagada sobre a adaptação do profissional jornalista no cenário da web e da mídia social, nossa entrevistada afirmou que os jornalistas estão se adaptando e evoluindo nessa questão tecnológica.

Para a entrevistada, no ambiente digital o jornalismo alternativo ganha mais adeptos, assim como público.

5.2.3.3 Categoria 3 - Potencialidade e estratégias das mídias sociais digitais para o exercício do Jornalismo Alternativo

No que refere-se à terceira categoria, nossa entrevistada afirma que a potencialidade surge quando as pessoas começam a perceber que a produção na Internet é farta.

Para ela, a de mídias sociais é utilizar todos os meios disponíveis na Internet, como *Facebook*, *Instagram*, *Telegram*, *Twitter*, para chegar a um público com informação correta, responsável, com linguagem clara, acessível e de fácil entendimento, para que as pessoas entendam o contexto e consigam refletir sobre aquilo.

Ela aponta também como estratégias de redes sociais digitais que fazer vídeos ao vivo, com a utilização da ferramenta *Facebook*, faz com as pessoas deixem de ver a TV para acompanhar os acontecimentos pela Internet.

A entrevistada enxerga, assim como o primeiro e o segundo entrevistados, que a plataforma mais utilizada pelo coletivo é o *Facebook* e também demonstra preocupação com preconceitos e julgamentos afirmando que a informação dada pela rede precisa ser justa e responsável.

5.2.3.4 *Categoria 4 - Principais mecanismos de sobrevivência na atuação dos “Jornalistas Livres”*

Sobre os mecanismos de sobrevivência do coletivo, a entrevistada afirma que a princípio foi feito um *crowdfunding*² para que fosse instalada uma pequena sede na cidade de São Paulo, onde a rede surgiu. Em suas palavras:

Foi uma das maiores ou maior arrecadação de financiamento coletivo de mídia, mais de 100 mil. Isso há mais de um ano. Desde então o recurso vem sendo utilizados para manter a rede e as produções. Muitas pessoas também trabalham de forma colaborativa, por acreditar na comunicação pública e popular e ser contra o oligopólio das grandes corporações, em que seis famílias são donas da imprensa brasileira. Além do trabalho colaborativo, há algumas parcerias que resultam em algum dinheiro que também auxilia na manutenção e crescimento da rede.

A entrevistada se mostra otimista com a obtenção de meios para que o jornalismo alternativo tenha condições de sobrevivência. Segundo ela, é possível conseguir recurso com a mídia independente, e lembra que países mais desenvolvidos já sobrevivem com o pagamento feito pelos próprios consumidores das notícias.

5.2.4 Observações quanto às estratégias de mídias sociais

Podemos observar com a análise e a discussão dos resultados que como afirma Ferrari (2010) o uso das redes sociais digitais vai além de disponibilizar um conteúdo e esperar que o leitor goste.

² Consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa.

O sucesso e a visibilidade da rede “Jornalistas Livres” nas redes sociais pressupõem que seus colaboradores saibam sistematizar as estratégias na utilização das redes sociais digitais. No entanto, não fica claro como fazem tal sistematização.

Como a rede é recente e o tema relativamente novo, não há modelos estabelecidos e fundamentalmente formados para esses produtos, o que se observa são experimentos como o do “Jornalistas Livres” que buscam explorar as potencialidades do ambiente digital visando a uma causa maior que é a de propiciar à sociedade uma contranarrativa, uma nova reflexão e consciência política através do esforço coletivo de idealistas que impulsionam minorias a uma representatividade da qual possuem o direito e ao exercício da cidadania negada pelos poucos esforços da mídia tradicional com as grandes questões sociais.

É em nome do jornalismo alternativo, que se apresenta como de resistência, na defesa de uma verdade e de uma comunicação para e sobre a comunidade, que o “Jornalistas Livres” é um exemplo até agora bem-sucedido da iniciativa colaborativa no meio digital, demonstrando que há uma adaptação da produção jornalística ao cenário da web e da mídia social, já que esse cenário é o potencializador para um exercício de liberdade para o jornalismo. Liberdade que se apresenta na produção de conteúdo por meio de pautas que buscam à contranarrativa e, ao mesmo tempo, possibilitam a produção de conteúdo em diferentes plataformas, como as mídias sociais citadas pelos entrevistados, fazendo com que haja uma necessidade de adaptação de formatos e linguagens.

Independentemente de ser uma inovadora maneira de se fazer jornalismo, sem padrões ou modelos pré-estabelecidos, a utilização das mídias sociais se mostra como uma alternativa possível, ou a melhor possível, de modo a garantir os espaços aos discursos contrários às pautas das mídias hegemônicas, a visibilidade a esses mesmos discursos e seus atores, como os “Jornalistas Livres”, e o alcance a um público que está em busca de informações e notícias que tragam novos olhares analíticos sobre os fatos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De maneira muito rápida acompanhamos o modo como as mídias sociais e a internet passaram a fazer parte do cotidiano das pessoas, que igualmente rápidas se apropriaram das mesmas para se conectarem e se relacionarem digitalmente. Como afirma Martino (2014, p. 272) “Pensar as mídias digitais é entender um capítulo da aventura humana.” Portanto, tentamos nos debruçar, ao longo deste trabalho, neste capítulo de aventura humana para tentar compreender e refletir a influência da Internet e das redes sociais digitais no exercício do jornalismo alternativo, nos fundamentos básicos da profissão e nas estratégias que o profissional jornalista estabelece em sua rotina jornalística, interferindo na linguagem, formato e conteúdos noticiosos.

Assim, as estratégias de mídias sociais foram visualizadas nesta pesquisa como um instrumento de gestão capaz de dar apoio aos meios de comunicação alternativos que atuam na busca da pluralidade e no direito à comunicação. Para obtermos essa comprovação, buscamos compreender, sistematizar e apontar as estratégias de mídias sociais adotadas pelos profissionais, com formação em Jornalismo, atuantes no jornalismo alternativo tendo como objeto de estudo a rede grupo “Jornalistas Livres” em Belo Horizonte-MG.

Especificamente, procuramos demonstrar as características e o desenvolvimento do jornalismo alternativo para entender toda a sua relevância enquanto fonte de informação, que busca coberturas de temas ausentes da grande mídia e abordagens realizadas com criticidade aos conteúdos que são oferecidos. Procuramos também verificar a eficácia do cenário digital e da mídia social para o desenvolvimento do jornalismo alternativo como mídia democrática e pluralista, pois tínhamos a hipótese de que este seria o lugar ideal e potencializador para a atuação e concretização dos objetivos almejados pelo jornalismo alternativo.

Com o exemplo da rede “Jornalistas Livres” analisada, fica visível que a nova mídia é utilizada para dar a todos a oportunidade de falarem, assim como escutarem temas que são camuflados pela grande e velha mídia. A rede se mostra como uma eficaz tentativa de contrapoder, a qual desafia o domínio da mídia hegemônica, das instituições governamentais e de outros poderes presentes na sociedade para

reivindicar sua representatividade, assim como a concepção e a disseminação dos seus valores e interesses, sobretudo sociais.

A rede “Jornalistas Livres” coloca em prática com seus produtos noticiosos a noção proposta por Castells (2013, p. 7) de que “[...] mais uma vez os indivíduos realmente se uniram para encontrar novas formas de sermos nós, o povo.” Isso com certeza define a atuação da rede, que aliada à autonomia da comunicação potencializada pelas redes sociais digitais promove espaço, voz e visibilidade às narrativas populares e às multidões nas ruas, além de defendê-los da violência policial e dos grupos extremistas com a denúncia feita pelo uso das telas e redes compartilhadas.

A pesquisa, que envolveu estudo de campo e entrevistas em profundidade feitas com jornalistas atuantes do “Jornalistas Livres”, mostra que as redes sociais digitais estão colaborando para mudar o cenário da comunicação no país e, ao mesmo tempo, criar novas condições de interação e mobilização social. Ao final desta pesquisa, temos a consciência de não haver chegado ao término de um estudo completo sobre as estratégias de redes sociais utilizadas por profissionais jornalistas no jornalismo alternativo desenvolvido atualmente. Contudo, todo o trajeto até aqui desenvolvido nos dá a garantia de que o esforço concretizado nessas páginas traduz nossa esperança por um jornalismo realizado para propiciar uma transformação social e construir com seus produtos noticiosos uma sociedade mais democrática e pluralista.

Em nosso discernimento, o conhecido jornalismo alternativo atuou no período militar e tem atuado agora como um mecanismo de luta e resistência em defesa dos direitos humanos e na construção de uma sociedade mais justa, interpretando de maneira eficaz os anseios dos indivíduos no sentido de ser uma fonte de informações calcadas em princípios de ética, comprometimento com a verdade e credibilidade para propiciar um espaço de mobilização social resistentes aos poderes hegemônicos da grande mídia e dos que tentam obscurecer através da produção jornalística a cidadania e o senso crítico da população em cima das mazelas que as cercam.

Compreende-se que as novas formas de jornalismo alternativo condizem com as transformações tecnológicas e sociais as quais a sociedade passou e tem passado e são essenciais na conjuntura sócio-política-econômica em que vivemos,

em que a necessidade do debate democrático precisa cumprir seu importante papel de amplificar as vozes da esfera pública.

Entendemos que esse mundo tecnológico em constante mudança tem alterado as práticas jornalísticas e exigido novos perfis dos profissionais que devem se tornar mais versáteis e dominar as diversas ferramentas e linguagens no âmbito digital, principalmente as relacionadas às redes sociais digitais que democratizam a informação e favorecem a interação social.

O conhecimento e a sistematização de suas estratégias auxiliarão e muito os ativistas pertencentes a coletivos como o estudado “Jornalistas Livres”, pois proporcionará ainda mais visibilidade a esse jornalismo que se opõe ao próprio jornalismo que foi deturpado e dificultado pela ditadura do capital, na qual as mídias tradicionais se encontram e motivo pelo qual se perderam em seus valores de lealdade e compromisso público com os cidadãos.

Com os dados obtidos nas entrevistas e, posteriormente, analisados foi permitido observar que com o desenvolvimento da pesquisa, alguns objetivos puderam ser alcançados, já que com o estudo ficou visível que a utilização das mídias sociais se mostra como uma alternativa possível para garantir os espaços aos discursos contrários das mídias hegemônicas. Assim, torna-se relevante para o profissional, que se dispõe a desvendar esse cenário digital na produção jornalística, conhecer e adotar as estratégias para utilizar e otimizar seus conteúdos noticiosos nas redes sociais digitais a favor do tão necessário jornalismo alternativo.

Fica aqui expressa a vontade de que sejam realizados, cada vez mais estudos sobre o assunto para que as estratégias de mídias sociais sejam conhecidas e aplicadas pelo jornalismo alternativo, pois neste cenário digital como vislumbra Castells (2013, p. 182) “[...] o que é irreversível no Brasil como no mundo é o empoderamento dos cidadãos, sua autonomia comunicativa e a consciência dos jovens de que tudo que sabemos do futuro é que eles o farão. Móbil-izados.”

REFERÊNCIAS

BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia científica: um guia para a iniciação científica**. 2.ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2000.

BAHIA, B. J. **Dicionário de Jornalismo Juarez Bahia: século XX**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2015.

_____. **Jornal, história e técnica**. São Paulo: Ática, 1990.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

CARVALHO, G. Jornalismo alternativo na era digital: análise de reportagens da Agência Pública. **Revista ALTERJOR**, São Paulo, ano 5, v. 2, n. 10, p. 126-142, jul./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.usp.br/alterjor/ojs/index.php/alterjor/article/viewArticle/aj10-a7>>. Acesso em: 21 set. 2016.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da Internet**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CAVALCANTI, M. E. T. V.; ROCHA NETO, M. P. O uso das redes sociais na prática do jornalismo colaborativo. **Quipus: Revistas Científicas das Escolas de Comunicação e Artes e Educação**, Osasco, ano 3, n. 2, p. 65-78, jun./nov. 2014. Disponível em: <<https://repositorio.unp.br/index.php/quipus/article/download/703/575>>. Acesso em: 21 set. 2016.

COSTA, C. T. Um modelo de negócio para o jornalismo digital. **Observatório da Imprensa**, 2014. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/um_modelo_de_negocio_para_o_jornalismo_digital/>. Acesso em: 30 ago. 2016.

DOWBOR, L. Economia da comunicação. In: DOWBOR, L. et al. (Orgs.). **Desafios da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 47-61.

DOWNING, J. D. H. **Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. Colaboração de Tamara Villarreal Ford, Genève Gil, Laura Stein. Tradução: Silvana Vieira. São Paulo: Senac São Paulo, 2002.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. Propriedade intelectual. In: DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010. p. 62-83.

- FERRARI, P. **A força da mídia social**. São Paulo: Factash, 2010.
- FERREIRA, M. F. **Webjornalismo infantil**: por uma interação informativa. 2009. 242 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2009. Disponível em: <http://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/89359/ferreira_mf_me_bauru.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 22 out. 2016.
- FERREIRA, S. L. Q. A pesquisa qualitativa revelando significações culturais. In: KLEM, D. M. S. **Cultura da imagem**: pesquisas poéticas e mediações. Montes Claros: Polo Arte na Escola da Universidade Estadual de Montes Claros, 2013. p. 99-104. Disponível em: <http://artenaescola.org.br/uploads/livros/e-book/cultura-da-imagem/files/e-book_menor.pdf#page=101>. Acesso em: 22 set. 2016.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GÓES, L. T. Características do Jornalismo Alternativo dos Movimentos Sociais na Web. Ciberlegenda, p. 1-15, out. 2007.
- JORNALISTAS Livres: uma experiência em rede. **Conteúdistas**, 2016. Disponível em: <<http://conteudistas.blog.br/jornalistas-livres-uma-experiencia-em-rede/>>. Acesso em: 21 set. 2016.
- JORNALISTAS LIVRES. Seja Jornalista Livre! **Catarse**, 2015. Disponível em: <<https://www.catarse.me/jornalistaslivres>>. Acesso em: 21 set. 2016.
- _____. Como surgiu: jornalismo democrático, plural, em rede, pela diversidade e defesa implacável dos direitos humanos. **Jornalistas Livres**, c2016. Disponível em: <<https://jornalistaslivres.org/como-surgiu/>>. Acesso em: 21 set. 2016.
- _____. **Facebook**, c2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/jornalistaslivres/?ref=ts&fref=ts>>. Acesso em: 16 fev. 2017.
- _____. **Instagram**, [2017?a]. Disponível em: <<https://www.instagram.com/jornalistaslivres/>>. Acesso em: 16 fev. 2017.
- _____. **Twitter**, 2017. Disponível em: <https://twitter.com/j_livres?lang=pt>. Acesso em: 16 fev. 2017.
- _____. **YouTube**, [2017?b]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCjwyfg7vfsScSPfzPyWkEUg>>. Acesso em: 16 fev. 2017.
- KUCINSKI, B. **Jornalistas e revolucionários**. 2. ed. rev. ampl. São Paulo: Edusp, 2001. Disponível em: <http://kucinski.com.br/pdf/livros_jornrevPrint.pdf>. Acesso em: 15 set. 2016.
- _____. **A síndrome da antena parabólica**. São Paulo: Fundação Percecu Abramo, 1998.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo**. 2. ed. Tradução de Wladir Dupont. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LAGE, N. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2006.

LEMOS, A. Os sentidos da tecnologia: cibercultura e ciberdemocracia. In: LEMOS, A.; LÉVY, P. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2012. (Comunicação). p. 21-31.

LEMOS, A.; LÉVY, P. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2012. (Comunicação).

MARCONDES FILHO, C. **Ser jornalista**: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo: Paulus, 2009. (Comunicação).

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do Trabalho Científico**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MARTINO, L. M. S. Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis: Vozes, 2014.

MEYER, P. **Os jornais podem desaparecer?**: como salvar o jornalismo na era da informação. Tradução Patrícia de Cia. São Paulo: Contexto, 2007.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na Web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. 246 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003. Disponível em: <<http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Luciana-Mielniczuk.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

MORAES, D. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Eptic - Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, [s.l.], v. 9, n. 2, p. [1-20], mayo-ago. 2007.

NIELSEN COMPANY. Brasileiros com Internet no smartphone chegam a 76 milhões. **Nielsen**, 2015. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2015/Brasileiros-com-Internet-no-smartphone-chegam-a-76-milhoes.html>>. Acesso em: 31 ago. 2016.

OLIVEIRA, S. L. de. **Trabalho de metodologia científica**: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. São Paulo, 1997.

OLIVEIRA, D. Jornalismo alternativo: o utopismo iconoclasta. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISADORES DE JORNALISMO, 7., 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ECA/USP, 2009.

_____. Jornalismo alternativo: um potencial para a radicalização da democracia. **Signo y Pensamiento**, Bogotá, v. 30, n. 58, p. 52-63, jan./jun. 2011. Disponível em:

<<http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v30n58/v30n58a04.pdf>>. Acesso em: 01 set. 2016.

PERUZZO, C. M. K. Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Natal. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2008. p. 1-15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0716-1.pdf>>. Acesso em: 21 set. 2016.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet**: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus, 2003.

PRADO, M. **Ciberativismo e noticiário**: da mídia torpedista às redes sociais. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.

RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

RECUERO, R. **Rede sociais na Internet**. Porto Alegre: Salina, 2009. (Cibercultura). Disponível em: <<http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wp-content/uploads/redessociaisnaInternetrecuero.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2016.

_____. A Internet e a nova revolução na comunicação mundial. **Raquel Recuero**, 2000. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/revolucao.htm>>. Acesso em: 30 ago. 2016.

_____. **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RODRIGUES, A. S. B.; MENDES, K. V. Jornalismo Digital: análise dos portais noticiosos dos jornais impressos de Manaus. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2010. p. 1-15.

SANTAELLA, L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010.

SILVA, M. R.; EMERIM, C. Configurações do Jornalismo Alternativo na Internet: um estudo sobre a Mídia NINJA e a Agência Pública. In: JORNADA DISCENTE, 5., 2015, Florianópolis. **Caderno de Resumos...** Florianópolis: UFSC, 2015. p. 76-78. Disponível em: <<http://ppgjor.posgrad.ufsc.br/files/2015/12/caderno-resumos-1.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2016.

SILVA, A. J. A internet e seus impactos sobre o fazer jornalístico. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 16, n. 19, p. 97-108, jul./dez. 2014.

SOUSA, M. C. E. **A dinâmica da notícia nas redes sociais da Internet**. 2013. 286 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Centro de Comunicação e Expressão,

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/122790/323516.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 30 ago. 2016.

THEBALDI, B. A batalha da mídia: da formação dos oligopólios à luta pela democratização da comunicação. **Galáxia**, São Paulo, n. 27, p. 271-273, jun. 2014.

APÊNDICE A - Roteiro de Entrevista

1. É possível fazer jornalismo alternativo?
2. O que caracteriza os “Jornalistas Livres” como jornalismo alternativo?
3. Qual a missão da rede “Jornalistas Livres”? Quais são as estratégias utilizadas para chegar a essa missão?
4. Como a rede “Jornalistas Livres” se mantém?
5. A rede produz conteúdo jornalístico?
6. Em que medida você acredita que a Internet impacta na produção jornalística?
7. Como se configura este novo jornalismo alternativo no cenário de força da mídia social e do digital?
8. Seria possível repetir uma experiência como o “Jornalistas Livres” em matéria de circulação e relevância democrática em um mundo sem mídias sociais?
9. Quais são as estratégias de mídias sociais adotadas?
10. Em que medida essas estratégias se diferenciam do jornalismo convencional, tanto no aspecto institucional, quanto no conteúdo?
11. Quais as dificuldades e oportunidades encontradas no jornalismo alternativo?
12. Os resultados esperados com a atuação da rede estão sendo alcançados?
13. Quais as suas responsabilidades e competências junto a rede?
14. Você indicaria itens ou atividades imprescindíveis para serem colocados em prática por profissionais que desejam realizar atividade semelhante a que vocês desenvolvem? Quais?
15. Qual(is) a(s) cidade(s) de nascimento da iniciativa e de cobertura atual?
16. Qual é a principal plataforma utilizada pelos “Jornalistas Livres”?

Kovach e Rosenstiel (2003) elencam uma relação de elementos básicos do jornalismo. São eles:

- 1) A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade.
- 2) Sua primeira lealdade é com os cidadãos.
- 3) Sua essência é a disciplina da verificação.
- 4) Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem.
- 5) O jornalismo deve ser um monitor independente do poder.
- 6) O jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público

- 7) O jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante.
- 8) O jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.
- 9) Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 22-23).

17. Com base na informação acima qual você acredita ser o elemento fundamental do jornalismo?

18. Você acredita que o profissional jornalista ainda está se adaptando à produção jornalística no cenário da web e da mídia social?

APÊNDICE B - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Este contato é um convite para participar da pesquisa “AS ESTRATÉGIAS DE MÍDIAS SOCIAIS UTILIZADAS NO JORNALISMO ALTERNATIVO: O CASO DOS “JORNALISTAS LIVRES” EM BELO HORIZONTE-MG”, realizado pela aluna de Jornalismo, Valquíria de Cássia Tavares, sob a orientação da professora Mayra Fernanda Ferreira na Universidade do Sagrado Coração. O objetivo da pesquisa é compreender, sistematizar e apontar as estratégias do profissional jornalista no jornalismo alternativo em mídias sociais.

Você será convidado a participar de uma entrevista, realizada de modo presencial. A pesquisa será de caráter qualitativo e as respostas obtidas vão compor a análise sobre a atuação do jornalismo alternativo e as possibilidades de produção de conteúdo em mídias sociais. Esses resultados estarão na Monografia de Conclusão de Curso e poderão ser divulgados de modo científico em congressos.

Agradecemos a atenção e nos colocamos à disposição caso haja qualquer dúvida a respeito da participação nesta pesquisa, que tem fins exclusivamente didáticos. Da mesma forma, sinta-se à vontade para recusar a participação ou para desistir a qualquer momento e que a sua decisão não causará perda de benefícios.

Eu, _____, entendo que as informações obtidas por meio dessa pesquisa serão confidenciais. Também entendo que os registros da pesquisa estão disponíveis para revisão dos pesquisadores. As identidades serão preservadas e não serão publicadas; desta forma, consinto na publicação dos dados coletados para propósitos científicos.

Consentimento Voluntário

Eu certifico que li ou foi-me lido este texto de consentimento e entendi o conteúdo. Uma cópia deste formulário será entregue a mim. Minha assinatura demonstra que concordei livremente em participar deste estudo.

Assinatura: _____

Data: _____

Assinatura do Pesquisador:

Responsável: _____

Data: _____

Contato: USC - Rua Irmã Arminda 10-50. Telefone: (14) 2107-7255

APÊNDICE C - Transcrição das entrevistas

Entrevista 1

Contextualização por parte do entrevistado

Vamos só localizar a coisa aqui. Então assim, foi criado os Jornalistas Livres em São Paulo, a mais ou menos um ano e meio. Foi um grupo de jornalistas que estava frustrado com o trabalho que eles vinham fazendo na Folha. Vários jornalistas lá que trabalharam na Folha, na Veja e outras publicações. Porque tem o pessoal mais velho, lá, mais experiente e tem um pessoal mais novo, até recém formado. Mas então esse pessoal é que desenvolveu a ideia de criar o Jornalistas Livres, e criou com a contribuição de dinheiro das pessoas que apoiaram o projeto. Assim como nós fizemos no passado para publicar, é a mesma coisa. Então criou, e montou a estrutura mínima. E todo mundo é voluntário, geralmente as pessoas são como eu, trabalham em um lugar e o tempo que sobra, e tal, dedica lá. E hoje com o celular facilita demais. Eu estou aqui, fotografo ali, e pá pum, já joga lá. E é um negócio muito maluco, muito maluco. Eu já fiz muito isso. Isso é uma coisa muito doida de se imaginar e é uma coisa recente. Então é um facilitador danado. Então esse grupo criou lá, e depois foi ampliando núcleos em alguns estados. Então hoje já tem núcleo lá em Curitiba, Brasília, Rio, Recife e aqui também. Tem lá no Belém do Pará também. Está aumentando aos poucos, e aqui então nós criamos esse núcleo, muito precário, porque a gente nem tem conseguido fazer reunião. A gente resolve as coisas tudo no “zapzap”. A gente combina ali, e quando é possível a gente faz uma reunião. Usamos geralmente o Sindicato dos Jornalistas, a sede de lá. Funciona tudo na colaboração, é um sistema colaborativo. Então todo mundo colabora, entrando em contato. Óh tá acontecendo isso aqui, corre pra cá, ou então...é um sistema, assim, que todo mundo ajuda todo mundo, é um trabalho coletivo. E é claro que neste momento não rende, não tem condição de pagar ninguém, mas há uma perspectiva neste sentido. Aliás hoje já temos vários blogs que estão arrecadando uma grana interessante. Pessoas que querem ajudar, que querem ajudar, que podem ajudar, e participam com R\$10,00 por mês que seja. Mas já tem um sistema para arrecadar grana assim. O primeiro passo do Jornalistas Livres foi adotado por um site, um sistema que arrecada... e leva 30% por cima. As vezes pinta a

necessidade de algumas viagens, equipamentos... utilizamos o celular e o computador. Mas tem fotógrafo, que usa máquina profissional. É então é um trabalho voluntário. Ninguém está obrigado, ali. Ninguém cobra de ninguém. Quem não fez isso, porque está ali igual você ser um voluntário no hospital. É um trabalho voluntário, onde você quer dar sua contribuição e buscar um outro lado da informação. Abordar questões que eu defendo, que eu tenho uma posição política, né. Todo mundo tem, então se identifica com um ideal e quer buscar contribuir de alguma forma. Então aqui em Minas foi criado um núcleo. A gente se reuniu, a primeira reunião foi lá no Sindicato dos Jornalistas, ai juntou um monte de gente. Devia ter quase umas 30 pessoas. Mas depois daquelas 30 mesmo poucas continuaram. As vezes pinga um, assim, de repente. Como é uma coisa, assim, que não tem compromisso, então... as vezes tem uns vai e volta. O pessoal some, daí a pouco, volta. E então a gente funciona assim. Agora lá em São Paulo tem um núcleo já mais desenvolvido, em que se reúne toda terça feira, a partir das sete horas da noite. Só para discutir pauta, o que vai rolar. Eles passam para os outros núcleos, mas passam assim não para todo mundo. Porque tem coisas que você tem que manter certo "segredo". Mas não pode divulgar muito. Mas lá... por exemplo em São Paulo nós temos um grupo que deve ter uns 30, mais ou menos. Vou chutar aqui, deve ter uns trinta, chamados Editores. Editor é quem tem um acesso. Se eu quiser aqui agora colocar matéria lá, eu ponho direto. A gente usa de... tenta se comunicar, e anunciar. "Olha tenho aqui uma matéria de uma manifestação. Posso colocar?" "tudo bem"... ou tem uma foto muito legal, e tal... ai eu ponho a foto lá, e o pessoal ver e vou montando... Então o pessoal, também, evitar de você colocar coisas que não tem a ver. Um filtro, ali... eu por exemplo já coloquei charge, lá, que o pessoal deu o grito. "Po... tira isso daí..." e como é digital tem como tirar, porque se for jornal não tem como. Então tem esse grupo, que imagino uns trinta editores, que não só de São Paulo, de cada capital e estado. Eu por exemplo sou um editor, eu posso colocar lá na hora que eu quiser. Mas eu sou editor, porque eles confiam em mim. Não é qualquer um que vai virar editor que vai poder mexer lá, e coisa e tal. Então me puseram pela minha experiência, coisa e tal... eu passei lá no vestibular. A gente usa lá o Telegram, que tem a vantagem, porque o "zapzap" de vez em quando um Juiz manda silenciar, e tal. E o telegrama nunca aconteceu isso com ele. Então nós combinamos lá de ir pelo telegrama para evitar isso. Já pensou calar a gente e ficar

24h sem comunicar?! Então o grupo de editores, e a gente vai conversando por aqui. As vezes tem vídeo, e vídeo tem que por uma vinheta, e tal, que ai é só lá em São Paulo. Não tem como colocar isso aqui. Essa vinheta... e mesmo quando é um vídeo maior também, que tem que cortar, enxugar um pouco, para não dar um vídeo muito grande. Então vai pondo lá... ... e além dos Editores, tem o JL Redes que é, agrupam o restante do pessoal. Deve ser mais de 100 pessoas. De todos os núcleos, é um “balaio de gato”. Ai tem gente que é mais frequente, que aparece muito de vez em quando. Então aqui é um ponto de encontro mais preliminar. As vezes uma pessoa põe alguma coisa aqui e uma pessoa leva lá para os editores.... ... então é um grupo assim maior, ai rola muita coisa... ... e além desse em Minas o nosso grupo, que é o MG Jornalistas Livres. Mais frequentes são umas oito, dez... ... as pessoas também trocam coisas, agente troca figurinha... ... eu joga mais é no Facebook, porque meu material é mais vapt-vupt. Agora as matérias mais trabalhadas, elaboradas... ... então tem esses grupos. Então a gente tem muita troca. Tem um grupo da Frente Brasil Popular, e lá tem um grupo de jornalistas que trata da comunicação da Frente Brasil Popular, e tem muitos... eu por exemplo participo de muitos e tem muito essa troca. Matérias que sai lá e a gente faz intercambio... ...então a gente publica no Facebook, no Instagram, no site e no Twitter. Conforme for a matéria, o material, você publica em todos. Mas conforme, você publica só no Twitter, porque tem um perfil mais de coisa rápida. Outras você publica só no Facebook. Ai varia mais, o pessoal de São Paulo é que define lá... eu por exemplo mando só para o Facebook, mas já aconteceu de “Pô essa matéria tá boa para jogar lá no site...” também joga. Então funciona assim. Mas como eu estava te falando eu fico impressionado. O jornal aqui, por exemplo, a tiragem deles, que sai da gráfica, são 6.000 exemplares. Era. Não sei se hoje já aumentou, mas chegou ao fundo do poço com 6.000 exemplares. Você sabe o que é 6.000, eu tenho 4.500 amigos no Facebook. Então se eu ponho lá alguma coisa, tem essa possibilidade. Então é muito pouco. Agora já nos Jornalistas Livres, já aconteceram várias coisas, várias vezes, mas eu lembro só para ilustrar. Quando ono dia da votação da Dilma na câmara, no domingo, a mulher desse prefeito. Ela é deputada, e ela votou pelo Impeachment. E elogiou a honestidade do marido. Isso no domingo. Na segunda-feira de manhã a polícia federal foi lá e prendeu o marido dela por corrupção. Ai eu acordei lá para as 10 horas e estou vendo a prisão do Rui Muniz. E

até aquele presente momento ninguém tinha sacado que ele é casado com ela. Ai eu tenho que jogar isso agora no Jornalistas Livres que vai bombar. Ai eu corri e joguei lá as informações e joguei lá, correndo. E coloquei o título “Deputada dorme com o Impeachment e acorda com o marido preço por corrupção” o negócio bombou de um jeito. Na última vez que eu conferi tinha mais de 10.000 compartilhamentos. E ai que a grande imprensa foi casar uma coisa com a outra. Porque no primeiro momento pouca gente ficou sabendo que aquele preso era casado com a mulher que elogiou ele poucas horas antes. Ai depois começou a sair matéria nos blogs, na grande imprensa.

Ok. Muito obrigada. Vamos começar?

Vamos sim.

É possível fazer jornalismo alternativo?

É, e está sendo demonstrado ai por vários blogs, e iniciativas como Mídia Ninja, o Jornalistas Livres e várias outras iniciativas. Hoje são muitas, blogs então são muitos. Eu acho que é possível. Agora, claro que tem suas limitações, mas eu acho que no futuro o que está apontando é para isso. É igual você hoje, que quer a TV a cabo e você paga por ela, então eu acho que vai caminhar muito por ai. Eu acho que o jornal papel vai minguar, não vai desaparecer de um todo, não, vai ter os assinantes, empresas que vão assinar, vai ter um grupo minguado que vai assinar, mas o que vai ter força vai ser os portais dos jornais, os sites, então eu acho que o futuro tá apontando para isso. Hoje por exemplo existem vários sites, vários blogs. Você tem o Cafezinho, tem vários, o Brasil 247, VioMundo, então tem vários blogs. E eles já são alto sustentáveis, ou seja, eles pedem a contribuição dos, digamos, usuários. Pessoas que acessão ali, então pedem para se manter. Então tá crescendo muito isso, e as pessoas estão contribuindo. Eu mesmo já contribui com muitos deles. Então contribui com R\$5,00 por mês, com R\$10,00, com R\$100,00. É igual você paga na TV a cabo. Então tá crescendo. E quanto mais, por exemplo o Cafezinho, eu estou observando o Cafezinho, como referência. O Cafezinho era um cara só, e ele tem esse nome porque o pai dele mexe com café e ele administrava o site do pai dele, que chamava O Cafezinho. Ai ele começou a mexer no site, e hoje virou um site mais político. Voltado para a política e começou muita gente a gostar

dos comentários que o negócio foi crescendo. E foi crescendo de tal jeito, que ele largou o pai dele e transformou o site em um blog. Ai ele começou a captar contribuição dos usuários, dos fãs dele. Então eles começaram a receber doações, contribuições. Acho que ele abriu uma conta no banco, e o pessoal deposita. Mas hoje pode ser feito de outros jeitos, cartão de credito, então acho que o caminho vai ser muito por ai. Então hoje O Cafezinho cresceu, a um ano ele recebia R\$20.000 por mês de contribuições, hoje deve ter mais do que dobrado. Porque você vê que ele já contratou colaboradores, para falar sobre economia, sobre política. Vai abrindo ai um leque de possibilidades. Então hoje ele já tem uma equipe. Já deu até emprego, tem uma equipe que trabalha para ele. Então acho que tá caminhando para isso.

O que caracteriza os Jornalistas Livres como jornalismo alternativo?

É a possibilidade da gente publicar aquilo que achamos interessantes para a população, transmitir uma informação que nós achamos interessante que a população tome conhecimento. Porque a verdade é essa, se for só pela grande imprensa nós vamos ter, porque a grande imprensa tem os seus interesses econômicos, e tal, um interesse de classe. Então, essa possibilidade de dar um outro lado da notícia, uma outra visão, por exemplo, acontece uma manifestação, a grande imprensa vai lá e cobre só com uma visão, agora a gente pode cobrir mostrando o outro lado, mostrando às pessoas, porquê elas estão ali, coisa e tal. Pode mostrar uma visão mais ampla. Até por tempo, o tempo custa caro, o segundo custa uma barbaridade para a televisão. Então não tem tempo também de entrar em detalhes. E nós temos essa possibilidade. Então é por ai também. Então a gente trabalha dentro deste espirito de dar, contribuir com um outro lado, que a grande imprensa deixa de lado e que a gente acha importante.

Qual a missão da rede Jornalistas Livres?

Eu acho que é um trabalho voluntário que a gente quer se contrapor a uma - nem sempre contrapor – mas, mostrar uma outra visão. Mostrar para as pessoas que tem outra maneira de ver a mesma coisa. Um fotógrafo é muito isso, as vezes tá todo mundo aqui e não vê nada fotografável, mas as vezes você descobre um

detalhezinho que arrebenta. Então é essa possibilidade de você mostrar algum detalhe, importante ou não.

Quais são as estratégias utilizadas para chegar a essa missão?

Estratégias? Eu acho que o primeiro é conquistar um público. Conquistar um público, e isso eu acho que vem sendo conseguido. Por exemplo, o Mídia Ninja agora recentemente, um mês mais ou menos, eles chegaram a 1.000.000 de seguidores. Um milhão de seguidores, já pensou ter um milhão de seguidores?! Então, esse um milhão multiplica. Então é um... o jornal que mais vende, que tem maior tiragem no Brasil, hoje, por coincidência é aqui em Belo Horizonte. Você sabia? Pois é, então leve essa informação lá para Bauru. O jornal que mais vende, e tem a maior tiragem. É o jornal do Grupo do Tempo, que chama Super Notícia, a estratégia é buscar, é ter a confiança. No nosso... eu acho... a única coisa que para vender é a credibilidade, né. A credibilidade, a confiança, no nosso desprendimento, né. Na nossa... nós não estamos ali para ganhar dinheiro. Ninguém tem essa ilusão. O trabalho é comprometido, que a gente acredita que seja importante, e como deve ser. E a gente passa informações que a gente acha que sejam interessantes, preciosas. Então, mas sem esse objetivo econômico, né?! E isso que sobrepõem a informação. Quem é dono de um jornal, igual a rádio e na televisão, eles só olham em cifrão na frente. Só olha cifrão. Nós não. Nós não estamos preocupados com cifrão. Então, isso acho que traz a confiabilidade de um público. E na medida, que também a gente atinge um grande público, a gente também vai ser tratado de outra forma. O Mídia Ninja tem um milhão de seguidores, e tem de se considerar isso. Hoje o Jornalistas Livres está na faixa dos 600.000 e é um número bem considerável. Então é assim, ou seja, nós estamos sendo aceitos. Estamos sendo bem vindos para um monte de gente. Tratemos com carinho. Nós não podemos pisar na bola, também.

Como a rede Jornalistas Livres se mantém?

É não se mantem. Se mantem com o trabalho voluntário dos seus integrantes. Agora é claro que, vai ser muito bem vinda também, e está no nosso horizonte, também de partir mais agressivamente em busca de captação de recursos. Porque se a gente capta, suponhamos, R\$30.000 por mês. Já vai dar pra contratar um repórter para

ficar por conta, e ele vai produzir um material muito melhor. Porque a gente que não está aí com o tempo disponível. Então é mais nesse sentido. Então nós estamos, nós temos isso no horizonte, captar recursos, e tal. O Mídia Ninja tem seus meios de captar recursos porque o Mídia Ninja tem outras atividades também. Mas assim, se chover na horta a gente vai achar ótimo para poder melhorar a estrutura. Ter uma pessoa remunerada em Belo Horizonte, ter algumas pessoas remuneradas em Brasília, São Paulo, vai ser ótimo! Material para poder oferecer, a qualidade vai melhorar tremendamente. Então nós não temos... a gente já falou disso aqui. E existe mecanismo de fazer isso. Uma coisa por exemplo que a Laura (integrante e idealizadora do grupo) falou aqui, que ela veio aqui fazer uma palestra. Por exemplo, eu gostei muito dessa notícia que eu acabei de ler, eu quero contribuir com ela, então eu clico lá, no não sei o que. E contribuo com dez centavos. Dez centavos. Ótimo! Não vai fazer falta para ninguém, mas no bolo geral isso vai repercutir. Se cada um der dez centavos.

A rede produz conteúdo jornalístico?

Se produzimos? Produzimos! Nosso objetivo é esse. Quanto mais a gente puder fazer matérias com conteúdo jornalístico, com substância, com mais informações, matérias de peso, e tal. A gente vai crescer, e é objetivo de qualquer jornalista e tal.

Em que medida você acredita que a Internet impacta na produção jornalística?

A internet ela trouxe um mar de informações. Então eu hoje, é bom você saber, eu não leio jornal. Eu trabalho em jornal, mas eu não olho jornal. Meu tempo é muito precioso. Eu, minha vida é muito corrida, eu não tenho tempo. Acho que todo mundo, ninguém tem mais tempo para ficar vendo bobagens. Não é não?! Eu não sei, eu não tenho tempo mais. Então meu tempo e de todo mundo é muito precioso. Eu não tenho, eu não perco tempo mais de ler jornal. Eu não vejo televisão. Televisão para mim é só lixo. É muita desinformação. Eu não vejo televisão, só futebol. Então de outro lado, sinto-me tremendamente bem informado pela internet. Mas é claro que eu também sou meio privilegiado. Porque eu lido muito com o Facebook. Tenho 4.600 amigos, recebo muita informação e repasso também muita informação. Tanto que só está crescendo, e tal. E as pessoas, os meus amigos também, são amigos digamos de qualidade. Lá eu não recebo bobagem, então só

recebo, assim, muita informação. De vez em quando cai umas bobagens lá, piadinha boba, mas assim, na maior parte informações de análise, de coisas que eu vou repassando, e vira uma máquina maluca. E me sinto tremendamente informado. De vez em quando, claro, eu vou num site saber alguma informação. Para ver o que está rolando. É muito pouco. Eu me informo muito pelo Facebook. Engraçado, assim, a internet e é uma fonte inesgotável e de pessoas interessantes, de pessoas, porque não sei por que cargas d'água meus amigos são... tem muito jornalista para começar, tem muito jornalista. Eu sou jornalista, então tem muito jornalista, então tem muita informação. E além disso eu estou em uns 10 grupos de "zapzap", de Telegram, e tal. Então é uma loucura. Nem aguento da quantidade.

Como se configura este novo jornalismo alternativo no cenário de força da mídia social e do digital?

Há... é uma potência sim... na época que a gente teve essa imprensa alternativa aqui a gente penava, primeiro porque a gente estava em uma ditadura. Então a gente via o medo da polícia chegar, como chegou. Então teve terrorista que invadiram a redação do jornal que a gente tinha aqui, de madrugada. Então a gente estava muito sobre pressão, mas hoje também existe essa pressão. Hoje porque o Facebook, por exemplo, volta e meia eles ficam te vigiando, vigiando entre aspas. Porque se eu quiser te denunciar lá no Facebook. Ai o Facebook vai dar uma suspensão lá de 24 horas. Tem um amigo meu, que até é cientista político. Ele é um cientista político, foi professor aqui na UFMG. Então aposentou e em casa ele se enfia no Facebook. E ai ele agora ficou uma semana sem Facebook, o Facebook deu um cartão vermelho para ele. Ele foi denunciado. Já tinha sido penalizado outras vezes com 24 horas e tal. Mas, alguém de sacanagem denunciou, ele. Por causa de um vídeo sobre parto. Nada de pornográfico, nem nada. Negócio de um parto, e alguém denunciou que aquele parto ali era uma indecência, não sei o que. E deram uma semana de suspensão. Vai querer explicar, e essa publicação que ele fez, segundo ele, tinha uns dois anos. Isso já aconteceu com os Jornalistas Livres. Já aconteceu, e teve até uma postagem minha e tem uma, uma ilustração, quase uma foto da revolução francesa, onde aparece uma mulher, uma mulher, assim segurando um cartas. Uma coisa assim. E cheio de homens, gente atrás dela, e ela com os seios de fora. E ai pintou lá para mim alguma coisa lá, e eu publiquei. Mas

era uma coisa daqui, trouxeram a situação para o Brasil. Como se fosse uma repetição. E ai suspenderam lá por algumas horas, e tal. Não deram uma advertência. Ai o pessoal... mas não tinha nada de imoral, de pornográfico, nem nada. Era um negócio, como se fosse publicar uma estátua nua, com os seios de fora. Nada a ver. Mas até que você explique que jacaré não é lagartixa. Ai deram uma advertência e o pessoal ficou preocupado. Aliás o pessoal fica muito preocupado, é uma das preocupações. Da mesma maneira que a gente, até vou falar em um evento que vai ter, da mesma maneira que a gente ficava apreensivo na época da ditadura, o jornal chamava De Fato. Depois você olha... era o jornal que a gente tinha, e ele já está disponível na internet. Mas antes a gente ficava muito apreensivo da censura baixar, da polícia chegar e coisa tal. E hoje, assim, eu noto que a apreensão do pessoal é isso, sair um negócio publicado lá, levar o negócio, uma suspensão. É porque, então a gente tem que tomar muito cuidado. Principalmente que tem muita gente sacana, também. Porque querendo ou não, tem gente que é contra, então... contra você, arruma uma vírgula lá que você publicou e te denuncia para o Facebook, e o critério lá é muito subjetivo. Então é um receio, é uma espada em cima da cabeça.

Quais são as estratégias de mídias sociais adotadas?

Estratégia? Porque vídeos... o interessante é isso. Porque foto e vídeo repercute muito. Se você põe só letra lá todo mundo tem preguiça, eu mesmo tenho preguiça. Vocês mesmo devem ter. Se você ver só letra na frente, se você põe uma foto legal, ou um vídeo, que não seja longo também. Por que lá no pessoal de São Paulo, as vezes põe um negócio lá de seis, doze minutos. Quem tem saco de ver um vídeo de doze minutos. Então tem que ter... ilustração é interessante. Eu trabalho muito com o negócio de charge, de vez em quando faço matérias. Mas todo dia tem as charges que ponho lá, e tem muita repercussão. Até mesmo porque o pessoal gosta, se você põe um negócio engraçado, no começo do dia lá, você põe uma charge lá, e para a família que acorda de mau humor, fica com um astral melhor. Então isso assim, ajuda muito. Pintou um negócio tem que arrumar uma foto, um vídeo, uma ilustração. Porque se você soltar só a massa, só letra lá, vai dar preguiça geral. Isso não só lá, imprensa em geral tem isso. Então a gente procura sempre isso, buscar, dar um... deixar a matéria de uma ilustração, uma foto, ou um vídeo. Ou as vezes só

fotos. Eu gosto de dar, por exemplo, eu já cobri manifestação aqui. Eu mesmo fotografando. Ai eu solto lá 18 fotos e põem lá três linhas, e não precisa dizer mais nada, as fotos vão dizer tudo. Vão dizer quantas pessoas tinham. Tem gente que gosta, põe lá um monte de foto e texto. Ainda mais que a comunicação tem que ser rápida. Ninguém tem tempo para ficar perdendo, fuçando muita coisa. Então tem que ser muito objetivo. Se não essa é uma estratégia, objetividade, texto curto, no caso do Facebook. Agora se você quer texto... por exemplo, aquela moça que te mostrei aqui, ela foi lá... ela trabalha na TV Minas e foi acompanhar um trabalho, que eles fazem todo ano, que sai um barco descendo o Rio São Francisco. E eles vão parando nas cidades, e apresentam um filme, um filme em praça pública. Põe um telão lá e mostra para a população, um filme, ou mais filmes. Que a população que não recebe ali a informação. É população pobre, meio esquecida de tudo. Então ela acompanhou esse barco, e ela fez a matéria para os Jornalistas Livres. Então, é claro que essa matéria não é para o Facebook, ai joga lá no site, e tal. Se você abrir o site, você vai ver que são matérias mais longas, mais trabalhadas, e tal. É uma estratégia. Twitter é vapt-vupt, é coisa de piscar. Eu, por exemplo, quase não abro o site. Mas tem gente que gosta.

Em que medida essas estratégias se diferenciam do jornalismo convencional, tanto no aspecto institucional, quanto no conteúdo?

Porque no jornalismo, da chamada grande imprensa, nem sempre eles valorizam uma boa foto. Os fotógrafos ficam um pouco frustrado, porque eles fazem uma foto e acham que vai ser publicada aquela, mas chega lá, não, o editor escolhe outra. Então, a gente tem a possibilidade de publicar mais de uma foto. Então contempla mais, e o olhar nosso não é o de cifrão. A gente tem autonomia, o repórter que faz pode escolher, independente do editor. O repórter é o editor. Se eu cobrir alguma coisa, eu vou ser o repórter e o editor, então eu vou escolher o que é melhor. Isso é um grande diferencial, é o olhar do repórter, pois é isso é que é importante, o fato de você ter estado lá.

Quais as dificuldades e oportunidades encontradas no jornalismo alternativo?

A maior é a dificuldade econômica, mas isso é superável, é questão de tempo. Tem também a dificuldade de disponibilidade das pessoas que pesa muito, porque nem

todo mundo está disponível. Então assim, na medida em que puder remunerar uma pessoa, é claro, vamos dar um salto muito grande. Ter uma pessoa disponível, porque um problema que a gente vive hoje é esse, está acontecendo uma merda ali, quem pode ir lá? As pessoas perguntam, quem pode ir lá? Nem todo mundo está disponível, e tal. Então esse é um problema, mas eu acho que é superável se a gente atingir aquele objetivo de colaboração do público leitor. Eu acho que é um infinito. Eu acho que é o jornalismo do futuro. Eu acho que tem um potencial tremendo. Porque é questão da credibilidade, e a gente tem muito cuidado com a credibilidade. A gente filtra muita coisa. Porque hoje na internet tem muita coisa, tem foto montada, notícia... muita coisa mentirosa, notícia inverídica, põem declarações na boca de uma pessoa, não tem nada a ver... então tem muita mentira. Muita mentira na internet, então a gente tem muita essa preocupação. O pessoal de São Paulo tem até uma paranoia contra coisas inverídicas, contra inverdades. Então a gente tem que ter um olhar muito crítico para filtrar, senão você embarca em cada uma, o que tem de verdade, e tem gente que embarca. Eu mesmo já embarquei em uma canoa furada. E tem coisa que é tão perfeita que você embarca.

Os resultados esperados com a atuação da rede estão sendo alcançados?

Eu acho que dentro das limitações, os resultados estão... vem atendendo. Nós estamos num crescimento, então. Se tivesse estagnado, mas estamos vivendo uma situação de ascensão. Então é uma perspectiva muito boa, ou seja, estamos tendo credibilidade e estamos conquistando leitores, e crescendo. E aí o infinito, porque hoje você não pode pensar, por exemplo, não é só brasileiro do Brasil que acessa. Tem um brasileiro no Japão, e tem muita gente... eu mesmo tenho amigos no Facebook de vários países, e essas pessoas compartilham e vira uma loucura, esse negócio. É uma doideira.

Quais as suas responsabilidades e competências junto a rede?

A responsabilidade é com a verdade, buscar levar para o público uma informação criteriosa e com credibilidade. Acho que é isso a expectativa do público. Então a gente é muito disciplinado quanto a isso. Eu sou da Comissão de Ética da Federação Nacional de Jornalismo, então é muita responsabilidade. Então se eu cometer uma bobagem é de uma irresponsabilidade, eu tenho que lidar com muita

coisa ali, as vezes delicada, mas com muita responsabilidade. E isso, essa responsabilidade a gente tem de saber lidar com ela no dia a dia. Tem muita casca de banana para você escorregar.

Você indicaria itens ou atividades imprescindíveis para serem colocados em pratica por profissionais que desejam realizar atividade semelhante a que vocês desenvolvem? Quais?

Primeiro é a responsabilidade e a credibilidade com o conteúdo que você vai colocar a público. Porque se não tiver o mínimo de credibilidade, logo no início, na primeira coisa você já vai ser derrubada. Então eu acho que isso é imprescindível, a credibilidade. A responsabilidade, e tratar o seu entrevistado com responsabilidade, não pode ser tratado de forma irresponsável. Mas isso também depende de várias circunstâncias, mas com ética. Cobre tudo a ética, porque nós jornalistas temos o nosso código de ética. Nós temos nosso código de ética, então temos que respeitar e cumprir, também, não ultrapassar os limites. [...] Uma das características que eu noto muito no grupo é que é um pessoal assim muito sem preconceito de nada, a gente tem muito cuidado para não ser preconceituoso, e preconceituoso em tudo em relação a mulher, em relação a negro, em relação a índio, pobre, rico e tudo mais, estamos sempre vigilantes, e essa vigilância é um comum nosso, pra mim. O pessoal é muito vigilante quanto isso, se você comete um deslize desse, eu por exemplo, relato. E outra coisa assim, tem gente mais velha 68 anos e tem gente da sua idade, tem gente de 20 anos recém formados, você tem 27. É mais assim então tem gente de várias idades e todo mundo se respeita muito, se respeita muito e não tem contra velho, contra nova, todo mundo na harmonia, muito interessante, isso é muito saudável também, eu noto que isso é muito observado não só entre nós mas também quando você publica, se você comete uma bobagem lá, logo vem um opa não é bem assim. E todo mundo aceita assim a crítica, eu já cometi bobagem lá e tem sempre alguém que que fala. É igual casal, se você é um casal e não conversa e tal, não fala o que é defeito, não critica um ao outro, uma hora vai tombar, então tem de abrir mesmo, manter uma coisa aberta, mas isso é muito saudável, as nossas reuniões por exemplo tem gente lá de todo jeito e isso é muito saudável, o não preconceito já começa ai.

Qual(is) a(s) cidade(s) de nascimento da iniciativa e de cobertura atual?

Começou em São Paulo, mas tem, digamos assim, correspondentes Jornalistas Livres em Campinas, Bauru, eu acho que tem. Estou lembrando aqui que eu vi alguma coisa de lá. Tem São Paulo, Ribeirão Preto... Minas, Belo Horizonte, Uberlândia, tem um jornalista que é correspondente. Rio, Curitiba, que tem um cara muito atuante, todo dia ele manda coisas. Tem em Porto Alegre e tem um em Brasília, Recife e Belém e tem também em Manaus.

Qual é a principal plataforma utilizada pelos Jornalistas Livres?

Eu não tenho a menor dúvida que é o Facebook.

Se a pessoa falar eu quero participar? Ela entra?

Seu trabalho vai dizer se está dentro dos conforme ou não né. Então se a pessoa já procurou é por que já se identificou de alguma forma. Tem gente também que tem certa dificuldade de lidar com a máquina da coisa, eu por exemplo tenho limitações para lidar com o processar um vídeo, eu já filmei manifestação grande, mas, eu não sei processar isso, tem gente que sabe... a gente vive dessa troca, um colaborando com o outro. Eu por exemplo, sou bom em português eu vivo concertando bobagem que ele põem lá, hoje mesmo, Põe lá uma falta de crase, hoje parece que estava um texto lá sem crase logo no início, de arrepiar. Eu tenho acesso e fui lá arrumar, nem falei que foi eu. Então é um ajudando o outro também, o que errou nem ficou sabendo que alguém arrumou, então é essa troca na colaboração de cada um com o outro.

Você acredita que o profissional jornalista ainda está se adaptando à produção jornalística no cenário da web e da mídia social?

Está se adaptando, eu noto aqui no jornal mesmo, nós estamos em processo, não só aqui, em todas as redação, está tentando conciliar uma coisa, por exemplo, uma regulamentação profissional, que define funções, é igual engenharia se faz isso ou aquilo, funções né? Então nós temos isso também né, temos lá o repórter, editor, tem o diagramador, tem o noticiarista, tem o revisor, tem uma série de funções, e agora vem a internet e vem embolando tudo, nós aqui em Belo Horizonte ainda estamos em conflito na negociação que estamos fazendo aqui agora, eu sou lá do

sindicato, na negociação nós temos uma cláusula de que estabelece o pagamento de 30% se você acumular mais de uma função, então se você é engenheiro de cálculo, aí você foi colocado além de cálculo, se você fazer estatística de do sei lá o que, aí acumulou função, daí pela nossa convenção tem direito a 30% do salário a mais. Então isso está criando um problema danado, porque muitos entram na justiça reivindicando isso. Tinha gente que as vezes acumulava 3 funções, então a multa multiplica 3x e os patrões agora só quer que multiplica por uma. Então dá uma negociação difícil aí e no mesmo tempo a internet está cada vez mais misturando as bolas, porque lá mistura repórter com editor, as funções são muitas, se deixar eles querem que você fotografa, redige a matéria, edite, e isso tem a ver com o mercado de trabalho, quanto mais funções acumula menos vaga de trabalho você tem. Então está dando um conflito danado e vai reduzindo o mercado de trabalho, e eles estão ficando cada vez mais assim e agora está começando um embate muito difícil em torno disso, se deixar eles querem que fazem tudo e ainda agradeça.

Kovach e Rosenstiel (2003) elencam uma relação de elementos básicos do jornalismo. São eles:

- 1) A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade.
- 2) Sua primeira lealdade é com os cidadãos.
- 3) Sua essência é a disciplina da verificação.
- 4) Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem.
- 5) O jornalismo deve ser um monitor independente do poder.
- 6) O jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público
- 7) O jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante.
- 8) O jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.
- 9) Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 22-23).

Com base na informação acima qual você acredita ser o elemento fundamental do jornalismo?

A verdade. Essa verdade quer dizer muita coisa. Ela abarca muita coisa

A verdade eleva o compromisso com o cidadão?

É. Ela é muito ampla

Entrevista 2

É possível fazer jornalismo alternativo?

É possível sim! É possível você diminuir, a quase virtualmente as influências de certos agentes mais poderosos da nossa sociedade. E neste sentido é possível falar em jornalismo independente. Mas é mesmo quando a gente fala em jornalismo independente não significa que ele é isolado do mundo, que ele não precisa, ou depende de certas coisas para funcionar. Como os outros, né.

O que caracteriza os “Jornalistas Livres” como jornalismo alternativo?

Um jornalismo que não precisa, e não sobrevive a custas de publicidades de grandes empresas. Como é o jornalismo tradicional. Eu acho que sim. Jornalismo é... “Jornalistas Livres” como rede, é completamente se encaixa nesta categoria, de uma forma, totalmente radical. Porque ele existe, completamente a partir de nenhuma forma de subsistência, né. Não precisa de nenhum desses grandes meios, nenhum grande empresário patrocina, nenhuma grande organização.

Qual a missão da rede “Jornalistas Livres”? Quais são as estratégias utilizadas para chegar a essa missão?

Então o mais perto de uma linha editorial que a gente tem. É ser a favor da democracia, em defesa dos direitos humanos. Isso está na nossa descrição, na nossa página. Você pode dar uma olhada que vai estar lá. Agora o quê que é a missão do jornalismo livre, eu acho que a gente tem que entender a partir de uma certa falência da mídia tradicional. A forma com as pessoas se comunicam, a forma como a velha mídia não tem feito uma cobertura, não tem cumprido um papel que ela diz cumprir, de informar a população. Então a partir da percepção da insuficiência da velha mídia, começa-se a criar novos meios de comunicação, novas formas, novas mídias, que buscam suprir essa deficiência. E ai muitas vezes a partir do momento que a gente vê que politicamente essa velha imprensa tem feito um trabalho antiético, até imoral. Ou as vezes contrária. Mas o nosso trabalho, de uma certa forma, é romper a censura, e fazer uma contranarrativa. Construir uma interpretação de mundo que é diferente da que é tratada pela tradicional.

Como a rede “Jornalistas Livres” se mantém?

A rede de “Jornalistas Livres”, ela funciona exclusivamente a partir de trabalho voluntário. Não existe nenhuma pessoa, até onde eu sei, que se sustenta diariamente, vive, a partir do trabalho na rede. Todas as pessoas, todos os comunicadores, fotógrafos, eles disponibilizam os materiais para a rede. É, ai com que a gente se mantém, apesar da gente não se manter. De onde é que vem os nossos rendimentos? isso a gente conseguiu a partir de uma campanha de financiamento coletivo no Catarse. Que foi a companha mais bem sucedida, na história do Brasil, em jornalismo, né. Para jornalismo. E a gente conseguiu acho que, ai tem que conferir exatamente o valor. Mas eu acho, se não me engano, que foram mais de R\$100.000. Esse dinheiro ele fica guardado com a rede, e conforme vai surgindo as necessidades a gente usa. Ai tem que pedir, solicitação, deposita para gente, e tal, mas a grosso modo é totalmente feito um trabalho voluntário.

A rede produz conteúdo jornalístico?

Eu acho assim, se for só pelo nome tem que acabar produzindo, né. Mas ai, é, com certeza sim! Não tenho dúvida nenhuma disso. Mas ai você vai começar a fazer perguntas do quê que é um conteúdo jornalístico. Ai eu acho muito complicado para tratar.

Em que medida você acredita que a Internet impacta na produção jornalística?

Sabe que eu fico muito sem saber, isso direito? Porque, se você for olhar historicamente, assim, a grande diferença da Internet é que se confundi quem é o gerador, e quem é o receptor de conteúdo, né. Assim, supostamente essas coisas se misturam, e ai fala que deixa de ser mídia de massa, não! Massa, e começa a se tornar massa de mídia. A gente viu uma enorme pluralidade de conteúdo, de interlocutores, de todos os meios e todos os tipos de conteúdo, e assim é bem interessante isso. Mas, querendo ou não, a Internet é apenas um meio, apenas uma ferramenta. E historicamente, como você vai pensar, os primeiros rádios, transmissores né. Lá no século XX, antes de 1920, 1910, eles eram tão transmissores quanto receptores. Ai quando você comprava, ou tinha um rádio, você era tanto um receptor de conteúdo, quanto um produtor de conteúdo. Você tinha essa liberdade da mesma forma. Então, assim é claro que a Internet, a web 2.0, eu

acredito que radicaliza isso. Mas essa postura sempre existiu. Ela não se tornou simplesmente possível, aplicável, ou viável só pela Internet. Ai eu acho que talvez é, se isso realmente está tendo alguma alteração a gente tem que indagar. Se alguma coisa que a Internet, para mim, modifica é a questão da multimídia, ou da intermídia. Que na mesma página você vai ter texto, você vai ter vídeo, você vai ter foto. de uma forma, as vezes muito mais radical. Mas é isso, assim, a questão da Internet para mim, mesmo é a intermídia, né. Ela não tem nada essencialmente democrático, ao contrário que algumas pessoas podem dizer. Ela até pode deixar de ser democrática dependendo da, dos modelos que tenta implantar, né. Mas eu... a grande riqueza dela, para mim, é isso.

Como se configura este novo jornalismo alternativo no cenário de força da mídia social e do digital?

Olha em termos de engajamento, mais ou mesmo um, ou dois mês atrás, a Mídia Ninja conseguiu superar os grandes meios de comunicação tradicionais do Brasil, né! Ai os “Jornalistas Livres” estão um pouco atrás, mas eu acredito que a tendência seja, em algum tempo, também supere isso (foi fundado em março de 2015). É assim você constrói bem rápido, de forma como a gente cresceu. O que eu acredito é o seguinte, por... eu acho que em termos técnicos, todas as pessoas sempre tiveram, sempre a capacidade de produzir conteúdo sempre foi muito democrático. A gente sempre conseguiu escrever, sempre conseguiu tirar fotografia, e tal, o quê que foi muito concentrado na, no Brasil, particularmente, na América Latina. E continua bem concentrado, é a capacidade de divulgar, massivamente, esse conteúdo, né. As faixas de televisão, os canais de televisão e as faixas de rádio, elas são limitadas. E elas foram divididas em poucas cabeças, em poucas pessoas tiveram o controle desse recursos, desses espaços. Onde eu poderia é politizar qualquer conteúdo que eu produzisse. Seja qualquer novela, seja publicidade, seja jornalismo. A grande diferença da Internet é que, assim quando ela se popularizou muito rápido também, ela já é utilizada por uma, não sei se a maioria, mas acredito que sim. A grande maioria da população, de uma forma frequente, muitas vezes mais frequente que a televisão e a rádio. É, e ela não tem dono. Qualquer pessoa pode entrar, e qualquer pessoa pode produzir conteúdo e publicar. E é isso assim que é o papel, neste sentido a Internet acaba quebrando o monopólio da

comunicação. Porque é muito mais democrático, qualquer pessoa pode usar. E eu acho que assim, com o desenvolvimento da era digital, é nada mais natural que novas formas de comunicação, novas formas de organizar e produzir jornalismo vão acabar surgindo.

Seria possível repetir uma experiência como o “Jornalistas Livres” em matéria de circulação e relevância democrática em um mundo sem mídias sociais?

Então, pegando o que eu falei antes, eu acredito que sim. Porque é engraçado, olha é um paradoxo, ao meu ver, dá Mídia Ninja e dos Jornalistas Livres. Eles tem maior engajamento de mais força nas redes sociais do que a maioria meios tradicionais juntas. Agora, é se o Mark Zuckerberg, der uma pirada. Apertar um botão toda essa força se apaga. Né. É totalmente anulada. E o meio, esses meios de comunicação alternativos, como os “Jornalistas Livres” e Mídia Ninja vivem nesse paradoxo. Por um lado muito forte, mas por outro lado uma fragilidade, assim, intensa. Porque querendo ou não, Folha de São Paulo, Globo, são muito grandes para se apagar com um botão, a gente não. É ai que tá, a Internet para mim não é essencialmente democrática, é um meio como outro qualquer. Ocupa espaço como o rádio e a televisão. Como eu te falei antes, historicamente a rádio ela era democrática, essa indistinção entre receptor e emissor, entre produtor de conteúdo e ouvinte, nunca existiu, na rádio. Ela foi criada artificialmente, e a Internet pode ir pelo mesmo caminho. Eu acredito, assim, que o jornalista livres vivem esse impasse, da dependências das redes sociais. Mas por um lado a gente não depende, em absoluto disso. A gente tem que ficar repensando novos meios.

Quais são as estratégias de mídias sociais adotadas?

Uma busca por produzir um conteúdo de boa qualidade, a gente não organiza os nossos postes. Se for uma estratégia ela é muito vaga, eu diria. Assim, tem alguma coisa mais de noite, quando não tem um acontecimento jornalístico relevante, quando as coisas são mais frias, a gente não fica dependendo de produzir alguma coisa mais de mini. Mais charges, né. Que não é aquela notícias quente do jornalismo, e mais de manhã, e sobretudo a tarde e início da noite fica produzindo conteúdo mais propriamente jornalístico. É o que eu consigo pensar, é agora. Mas é, eu acho que uma coisa que a gente começou a usar é por exemplo, Fazer vídeo ao

vivo, Facebook, que é tentar... que é uma estratégia legal para puxar as pessoas, que eu acho bem interessante. Uma outra coisa que é vendo que depender exclusivamente de uma rede social é muito frágil, a gente já começou a diversificar. É criar site, Instagram, criar Twitter, criar página no Youtube e publicar nossos conteúdos também nessas redes, né. Claro, tendo alguma consideração que cada rede tem o seu perfil diferente, mas ai diversificar, e é isso.

Em que medida essas estratégias se diferenciam do jornalismo convencional, tanto no aspecto institucional, quanto no conteúdo?

Então, olha a grande diferença, para mim, é o seguinte: infraestrutura e selecionando algumas pessoas que ficam sempre atrás do computador para receber o conteúdo e publicar. É, ai, o “Jornalistas Livres” como ninguém é pago, e como ninguém, a maioria das pessoas tem trabalho fixo paralelo. Não tem como garantir que, se eu mandar, sei lá para tal pessoa e tal, ela vai publicar e vai receber o conteúdo na hora que eu quero. Então, para resolver isso o que a gente faz é intensificar e ampliar o máximo, a quantidade de pessoas que tem acesso a estas redes. Mas tem um certo grau de seletividade, nisso. Para garantir que a pessoa vai ter acesso, não vai produzir, não vai publicar um conteúdo frágil, errado e nem irresponsável. Mas obviamente vai acabar cometendo erros, que é muito mais descentralizados do que qualquer outra rede. E o paradoxo disso, um ponto forte disso é que é mais livre. Eu tenho muito mais liberdade para publicar um conteúdo que me interessa do que eu garanto qualquer outro lugar. Apesar de se eu posso consultar, eu acho que é sempre interessante quando eu vou escrever um texto, eu mostro para outra pessoa antes de publica-lo, é a gente não está em uma posição hierárquica de editor. Essa pessoa vai assim, me censurar, me vigiar, vai me corrigir, não. A gente vai discutir... essa palavra não é muito boa, essa palavra pode ser trocada, e tal... e ai a gente está produzindo uma forma na rede de sua natureza mais democrática. Eu acho que essa é a diferença mais radical que eu consigo pensar.

Quais as dificuldades e oportunidades encontradas no jornalismo alternativo?

Eu acho que são duas grandes dificuldades que a gente recebe. Primeiro é um certo discurso de desmoralização, né. Do jornalismo alternativo. Por ele ser, sempre

assumir um ponto de vista, você assume uma perspectiva e um lado político. Por ser também um jornalismo ativista, ou mídia livre, mídia ativista, né. Ai existe uma proposta muito divulgada em certos espaços de jornalistas, e eu até lá em certo ponto, a própria mídia tradicional, para desmoralizar e deslegitimar esta informação. Porque, ai que eu acho a grande, assim, ironia, o quê que é, um é o objetivo e o outro não é o objetivo. Como se isso fosse, como se a legitimidade fosse uma coisa de possibilidade para o jornalismo, e como se ela devesse ser um valor. Como se essa informação não tivesse um critério, não tivesse um rigor, como a gente não fosse rigoroso com o nosso posts e tal. E ai esse é um discurso que, eu acho que ao meu ver, está cada vez perdendo mais. Está cada vez sendo mais desmoralizado. Eu acho a nossa mídia tradicional, ela está chegando ao cumulo do ridículo, em certas coisas tentar desmoralizar, esta forma de jornalismo. E eu acho que ela está perdendo. Agora a grande dificuldade, sem dúvida nenhuma do jornalismo alternativo/independente é dinheiro. É recurso financeiro. Sem dúvida nenhuma. É muito difícil você ter que cobrir tal lugar, é tendo que pegar ônibus, vindo um carro para te levar na hora. É muito difícil você, por exemplo, ter que fazer entrevista sem uma hibrida, sem ter um laboratório de edição muito bom, é limitado as vezes com um computador ruim, com um computador pessoal, é as vezes sem uma linha de telefone forte. Isso dificulta muito. Que, além do mais, como é trabalho voluntário você sempre tem que ter um, paralelamente ao mídia livrista, você tem que ter um trabalho oficial que te paga. E esse trabalho sempre vai ser sua prioridade. Então a partir do momento que você não pode priorizar ele, ela fica mais fragilizada. É uma coisa que a gente tem que reconhecer.

Os resultados esperados com a atuação da rede estão sendo alcançados?

Sim. Eu diria que sim. Até mais rápido do que o normal. A rede jornalista livres cresceu muito no primeiro ano. Continua crescendo bastante, a gente já, por exemplo, antes eu falei que a gente tinha uma campanha de desmoralização do nosso conteúdo, mas a rede, o conteúdo que a gente produz, ele é utilizado pela mídia tradicional em diversos pontos. É ano passado com as ocupações das escolas, o áudio que a gente conseguiu pegar/vazar do secretário de educação do governo Alckmin. É por exemplo, ele completamente, ele foi utilizado, foi citado várias vezes em matérias da mídia da velha impressa. Então assim eles próprios já

estão reconhecendo. E esse ano com as violências policiais nas manifestações contra o golpe. Ai várias, a gente conseguiu ter respaldo internacional. Até sendo citado em meio de comunicação internacionais de outros países. Agora eu acho, se eu não me engano, foi no New York Times. Então a gente está tendo, mais e mais legitimidade. E a gente está crescendo muito além do nosso alcance. Eu acho que também organicamente nós estamos se organizando melhor. É só isso, está mais bem organizado, bem estruturado.

Quais as suas responsabilidades e competências junto a rede?

Basicamente as minhas responsabilidades elas são, sempre dependem do quanto que eu posso me dedicar. Trabalho voluntário. E eu acho que as pessoas da rede elas tem consciência disso. Que ninguém está lá integralmente, todo mundo faz o que pode, e até onde consegue, dependendo da sua capacidade. Se pudesse dedicar mais dedicaria, mas nem sempre consegue. E as vezes ficam menos do ideal, mas é o que a gente pode fazer. Eu sou além de editor, eu trabalho publicando posts no Facebook, e também no Youtube, ocasionalmente. Eu trabalho também produzindo conteúdo para o site, texto, sobretudo. É post no Facebook, já falei. Eu, ocasionalmente, trabalho como editor de vídeos e também sou fotógrafo. Eu faço um pouco de tudo, dependendo da necessidade.

Você indicaria itens ou atividades imprescindíveis para serem colocados em pratica por profissionais que desejam realizar atividade semelhante a que vocês desenvolvem? Quais?

Eu acho assim, a primeira coisa que se precisa ter é muita vontade. Porque como qualquer outro trabalho jornalístico, dá trabalho. Bastante! E eu acho que a grande diferença, é de um outro tipo de trabalho jornalístico, que tem uma imprensa tradicional, da tele mídia. É que como você não tem chefe, ninguém pode mandar em você. E você não pode mandar em ninguém. Então é muito, você pede para as pessoas te ajudarem. E ai essa nova forma de lidar com as outras pessoas da rede, eu vejo que é muito complicado e que dá muita dificuldade para a maioria das pessoas dos jornalistas tradicionais. Eu mesmo trabalho em rádio, assim, por que você fica... é meio confuso, tipo com quem eu falo quando eu quero publicar? É com quem que eu falo quando preciso disso, quando preciso daquilo. E fica uma coisa

um pouco assim, as vezes difícil de compreender, em um primeiro momento. Porque a gente está tão acostumado com um trabalho mais autoritário, que alguém vai falar você vai fazer isso e isso. Que a gente não tem como vai fazer uma coisa de forma voluntariosa, ou de uma forma que não significa ser desorganizado, também. De uma forma democrática. Eu acho que a primeira coisa que precisa, além de ter muita boa vontade, é ter consciência disso. De uma, e ter convicção e fé na democracia. Eu não estou falando da democracia como instituição política, é em ir votar. Democracia é uma democracia radical em que todas as pessoas tem sua voz, todas as pessoas podem criticar, todas as pessoas podem produzir conteúdo e todas as pessoas podem dar opinião. Que tem seus entraves, mas eu acredito que é o melhor caminho para gente produzir conteúdo de liberdade, ou fazer qualquer coisa de qualidade.

Qual(is) a(s) cidade(s) de nascimento da iniciativa e de cobertura atual?

Ela nasceu em São Paulo. É durante... ela nasceu devido a campanha contra a diminuição da maioridade penal. E a proposta, na verdade. A proposta surgiu dentro desse movimento que estava sendo organizado em São Paulo. E vários movimento sociais, vários jornalistas independentes discutiram a necessidade de criar uma rede que produzisse conteúdo, e de uma certa forma, centralizasse o que estava sendo produzido e desse uma voz de contra narrativa. E ai em São Paulo a gente conseguiu ter algum alcance maior, particularmente em São Paulo, com as ocupações das escolas pelos secundaristas. A gente foi a principal rede que estava cobrindo isso, ai a gente conseguiu pouco respaldo aqui em Belo Horizonte, em Minas Gerais na verdade, a cobertura do desastre de Mariana. E ai teve vários momentos que a rede começou a se destacar, e crescer por causa disso. Definitivamente o lugar mais forte é São Paulo. É onde tem mais colaboradores, onde tem uma rede mais estruturada, e eu sei que tem em São Paulo e algumas cidades do interior. Aqui a gente tem um núcleo também, um núcleo mais autônomo, em Belo Horizonte. Que reúne uns, não sei, uns 20 comunicadores, mais ou menos. É existe também em Uberlândia, no Triangulo Mineiro. Em Recife e em Curitiba. Isso que eu saiba, acho que talvez tenha mais até. Porque as vezes como a colaboradora é muito diverso, o colaborador não precisa depender integralmente disso, fazer cobertura todo dia. Dependendo da pauta, da relevância, surge alguma

cobertura, alguém que se disponha a fazer uma cobertura lá no Sul, lá na Amazônia. Ai a gente publica esse conteúdo que essa pessoa passa. E também a gente tem alguns parceiros internacionais, na Argentina. A gente já produziu conteúdo de lar, quer dizer. Mas de uma forma muito excepcional. E como é um trabalho colaborativo sempre a gente recebe oferta, sempre algum propõem conteúdo para gente e se dispõem a escrever, ou as vezes fazer a cobertura. Eles mandam para gente e a gente publica. Mas eu diria organicamente Curitiba, São Paulo, Belo Horizonte, Uberlândia e Recife.

Qual é a principal plataforma utilizada pelos “Jornalistas Livres”?

A que eu diria mais intensa, em termos de fluxo, é o Facebook. Apesar disso a gente usa muito o Telegram. Não só para se organizar, mas também para divulgar conteúdo. O Instagram, o Youtube e o nosso site. Diria, talvez, nosso site seria, talvez não tenho certeza disso, mas eu diria que está em segundo lugar. E o Twitter também.

Você acredita que o profissional jornalista ainda está se adaptando à produção jornalística no cenário da web e da mídia social?

Definitivamente, porque eu te garanto, seja jovem, seja velho, seja experiente, seja estudante, ou seja profissional já formada. Ninguém sabe com utilizar a rede social, porque ela é muito mais livre. Ela dá muito mais possibilidades. E a única forma de você conseguir descobrir isso é experimentando. Ai o que eu vejo em vários jornalistas mais velhos, e por isso que eu acho que a gente tem que valorizar muito o trabalho do estudante, que muitas vezes produz conteúdo muito melhor do que os formados. É que eles ficam presos a forma de comunicação, é tradicionais, mais básicas, e a uma linguagem mais consolidada e acaba não alcançando o ponto que devia alcançar.

Kovach e Rosenstiel (2003) elencam uma relação de elementos básicos do jornalismo. São eles:

- 10) A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade.
- 11) Sua primeira lealdade é com os cidadãos.
- 12) Sua essência é a disciplina da verificação.

- 13) Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem.
- 14) O jornalismo deve ser um monitor independente do poder.
- 15) O jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público
- 16) O jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante.
- 17) O jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.
- 18) Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 22-23).

Com base na informação acima qual você acredita ser o elemento fundamental do jornalismo?

O jornalismo é um fenômeno social. Eu não entendo como o jornalista deve ser alguma coisa prescritiva, jornalismo é um fenômeno, que deve ser sempre testado. Eu vou fazer por exclusão, porque eu acho que vai ser mais fácil. Eu acho que um bom jornalismo para mim, ele é acima de tudo polifônico, ele mostra múltiplas verdades que tem na nossa sociedade. Sua essência é a disciplina da verificação. Eu concordo com esse, eu acho assim, tem um rigor jornalístico, é esse, tem um certo rigor jornalístico que a gente tem que ter para saber que quando nós estamos reportando aquilo que, àquela reportagem tem um certo impacto social. E vai servir como orientação. Então tem que ter, fazer como ela seja minimamente verdadeira. O maior valor do jornalismo é a sua transparência. Sobre tudo os “Jornalistas Livres”, em que a gente está disposta a manter uma certa polifonia. Em manter a crítica e permitir que as pessoas critiquem, que denunciem. Que dizem “Oh! esta cobertura não está legal, não concordo”. E aí permitir que um colaborador que eu quero publicar um artigo aí questionando isso. Isso é o valor que a gente tem que respeitar, e eu acho que é o valor essencialmente democrático. Compreensível, eu assim qualquer texto tem que ser bem escrito. Aí se for por bem, isso diz respeito mais a capacidade da qualidade da escrita do jornalista de uma forma pessoal, do que, da rede, e tal. Não acho tão relevante então. Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência. Essa eu acho que é a melhor descrição para a rede de “Jornalistas Livres”, por parecer, por ser o único que aparece a questão da liberdade. A Folha de São Paulo consegue publicar um editorial que legitima a repressão de qualquer manifestação. Você sabe de qual editorial eu estou falando. Eles vão falar que mesmo que seja um caso isolado, se justifica reprimir toda a manifestação. Que é uma coisa que nem o material da PM, que a PM mesmo produz aconselha fazer isso. Assim, se ela consegue fazer isso, se ela consegue se tornar completamente passiva, ou indiferente, diante de uma menina, jovem, que

perdeu um olho diante de uma polícia por estar no seu direito de manifestação. E se ela se torna impassível diante dos próprios colegas da categoria, inclusive um fotografo que perdeu o olho, também. Na mesma manifestação e não declara nenhum apoio, eu te garanto. Ela está distante. E estando distante, olhando do decimo, vigésimo andar do prédio da avenida Paulista, aquelas pessoas que estão na rua são tão pequenas quanto formigas. E ninguém liga se não for para esmagar. Agora se eu estiver próximo, se eu estiver na rua, se eu estiver do lado. Como jornalista e como ativista, que ainda tem essa linda palavra que é mídia livrista. É muito difícil concordar com a repressão policial daquela forma. É muito difícil não se manifestar sobre aquilo. É muito difícil não defender uma certa imparcialidade. Então eu acho que o jornalismo alternativo aquilo que mais importante é oferecer espaço para os profissionais de comunicação, para os comunicadores, sejam estudantes, sejam formados ou não, sejam informação, com pós graduação, ou não, sejam empregados, ou não. Tenham o espaço para poder publicar e divulgar essas suas visões. E ai a rede de “Jornalistas Livres”, ao meu ver, defende, oferece um espaço de liberdade que eu consiga publicar sem ser censurado, a censura é mínima, mas um bom censo do que qualquer outra forma. É mais para qualificar o conteúdo, e não para restringir para deixar, e ai me permite que eu possa manifestar sobre aquilo. E isso para mim que é jornalismo de qualidade. Não é um jornalismo independente, compromisso com a verdade única, ou com um conceito de cidadania genérico.

Entrevista 3

É possível fazer jornalismo independente?

Sim, é possível. Desde que haja muita vontade, disponibilidade, criatividade e até um pouco de espírito empreendedor.

O que caracteriza os “Jornalistas Livres” como jornalismo independente?

É jornalismo independente porque não depende de grandes empresas ou políticos. Os “Jornalistas Livres” se denominam como uma rede de coletivos que tem crescido em todo o Brasil. Os jornalistas independentes que colaboram com essa rede dão voz a pessoas e movimentos esquecidos pelas grandes corporações da mídia.

Qual a missão da rede “Jornalistas Livres”? Quais são as estratégias utilizadas para chegar a essa missão?

A nossa missão é defender sempre a democracia, dar voz às minorias, lutar pelos direitos humanos e sociais, e também contranarrar a “grande” mídia. A estratégia é utilizar todos os meios disponíveis na Internet, como Facebook, Instagram, Telegram, Twitter, para chegar a um público com informação correta, responsável, com linguagem clara e de fácil entendimento. Acreditamos no envolvimento com o público, então, além da rede ser grande, com muitos participantes, há sempre muita sugestão de material, que na maioria das vezes, chega até pronto para publicação. Um verdadeiro sinal de que devemos fazer mais que jornalismo, uma comunicação popular.

Como a rede “Jornalistas Livres” se mantém?

A princípio foi feito um Crowdfunding para que fosse instalada uma pequena sede na cidade de São Paulo, onde a rede surgiu. Foi uma das maiores ou maior arrecadação de financiamento coletivo de mídia, mais de 100 mil. Isso há mais de um ano. Desde então o recurso vem sendo utilizado para manter a rede e as produções. Muitas pessoas também trabalham de forma colaborativa, por acreditar na comunicação pública e popular e ser contra o oligopólio das grandes corporações, em que seis famílias são donas da imprensa brasileira. Além do trabalho colaborativo, há algumas parcerias que resultam em algum dinheiro que também auxilia na manutenção e crescimento da rede.

A rede produz conteúdo jornalístico?

Sim.

Em que medida você acredita que a Internet impacta na produção jornalística?

Não sei mensurar nenhum dado, mas acredito que impacta na medida em que as pessoas começam a perceber que a produção na Internet é farta, possibilita mais pontos de vista por ser mais democrática, onde há o maior número de jornalistas independentes, que querem se contrapor à narrativa das grandes corporações, que não representam interesses de uma sociedade em geral, e sim de grupos de

peças privilegiadas. A comunicação popular, que vem de jornalistas independentes, é mais próxima à sociedade pois se articula mais com grandes movimentos sociais. Também o modo de fazer Internet ao vivo, com streamings e atualmente com a utilização da ferramenta Facebook, faz com as pessoas deixem de ver a TV para assistir a manifestações políticas e até culturais para acompanhar pela Internet.

Como se configura este novo jornalismo independente no cenário de força da mídia social e do digital?

É um desafio, num país onde a comunicação não foi democratizada. Por isso a importância de grupos de jornalistas independentes. É preciso lutar, acima de tudo, pela democratização da comunicação, e isso é o que o jornalismo independente mais faz. Há na Internet muita desinformação, informação manipulada, mas ainda sim a força do jornalismo independente na Internet é grande, conta com o apoio de muitos militantes na causa, e aos poucos, vamos ganhando muito público.

Seria possível repetir uma experiência como o “Jornalistas Livres” em matéria de circulação e relevância democrática em um mundo sem mídias sociais?

Eu acredito que as épocas criam circunstâncias. Na época da ditadura militar no Brasil, por exemplo, houve muito jornalismo de resistência à ditadura, como os jornais impressos Binônio, em Belo Horizonte, o Pasquim, no Rio de Janeiro, e vários outros. É verdade que só com a Internet é possível que a informação chegue do outro lado da Terra naquele mesmo instante. Mas os “Jornalistas Livres” são como esses jornais impressos: de resistência.

Quais são as estratégias de mídias sociais adotadas?

As estratégias são muitas. Desde usar todas as tecnologias disponíveis ao alcance para repassar a informação, como usar linguagem clara e acessível para que as pessoas entendam o contexto e consigam refletir sobre aquilo.

Em que medida essas estratégias se diferenciam do jornalismo convencional, tanto no aspecto institucional, quanto no conteúdo?

As estratégias do jornalismo independente se diferem do jornalismo convencional pois não dependem de anúncio ou propaganda e assim não fica preso em amarras comerciais e muitas vezes políticas. O conteúdo diferenciado vem justamente dessa não dependência financeira, podendo estar próximo dos não privilegiados, e que carregam tantas informações e verdades, como os trabalhadores, os sem-terra e sem-teto, atingidos e tantas minorias.

Quais as dificuldades e oportunidades encontradas no jornalismo independente?

As dificuldades são muitas, a começar pelos recursos, que na maioria das vezes são escassos, se comparados ao da grande mídia, como organizações Globo. Dificuldades às vezes também acontecem quando órgãos oficiais impedem a participação de coletivos independentes em assuntos políticos e comerciais, como já foi muito denunciado pelos próprios jornalistas expulsos de reuniões, encontros e discussões. A oportunidade é saber que a informação dada pela rede é justa e responsável, livre de preconceitos e julgamentos. Com o jornalismo independente também tem-se contato com um povo humilde, esquecido e sofrido, mas que faz parte da massa brasileira, por exemplo, a classe trabalhadora e os integrantes do MST.

Os resultados esperados com a atuação da rede estão sendo alcançados?

Sim, estão. O jornalismo feito é de contranarrativa às grandes mídias, que defendem interesses particulares, e a cada dia a rede ganha mais adeptos, assim como público. Claro que sempre queremos fazer mais, como ter conseguido barrar o golpe com a informação desde sempre de que a Dilma Rousseff era honesta. Mas continuamos com a defesa da democracia e contra toda corrupção e manipulação de informação.

Quais as suas responsabilidades e competências junto à rede?

Como integrante da rede, sou responsável por repassar informações de acordo com a linha editorial da rede: defender a democracia, dar voz às minorias, e contranarrar à mídia tradicional. Como o trabalho é feito de forma colaborativa, faço o que é possível, de acordo com minhas possibilidades. Para além de colaborar com a rede,

trabalho na TV pública do Estado de Minas Gerais, assim como a maioria dos jornalistas independentes da rede. Por isso, cada um trabalha a seu modo e sua maneira, sendo que o trabalho coletivo e de rede tem dado muito certo, com colaborações que não deixam faltar informação correta e de qualidade para o público.

Você indicaria itens ou atividades imprescindíveis para serem colocados em prática por profissionais que desejam realizar atividade semelhante a que vocês desenvolvem? Quais?

Sim, indicaria! Um bom começo é acompanhar esse tipo de mídia. Hoje existem muitos veículos independentes como os JL, a mídia Ninja, A Pública, A Ponte, pra citar alguns. Se o profissional se interessar por esse tipo de jornalismo ele logo fará parte de alguma rede ou coletivo, ou até mesmo criará um novo veículo. É possível conseguir recurso com a mídia independente, lembrando que países mais desenvolvidos já sobrevivem com o pagamento feito pelos próprios consumidores das notícias.

Qual a cidade de nascimento da iniciativa e de cobertura atual?

A cidade onde surgiu a rede foi São Paulo. Logo se expandiu para o estado de Minas Gerais e depois Paraná. A rede hoje atua em praticamente todos os estados do Brasil, se considerando como uma rede nacional.

Qual é a principal plataforma utilizada pelos “Jornalistas Livres”?

São utilizados Site, Facebook, Telegram, Instagram, Twitter. Mas a mais utilizada, pelo alcance atual, é o Facebook.

Kovach e Rosenstiel (2003) elencam uma relação de elementos básicos do jornalismo. São eles:

- 19) A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade.
- 20) Sua primeira lealdade é com os cidadãos.
- 21) Sua essência é a disciplina da verificação.
- 22) Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem.
- 23) O jornalismo deve ser um monitor independente do poder.
- 24) O jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público
- 25) O jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante.
- 26) O jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.

- 27) Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 22-23).

Com base na informação acima qual você acredita ser o elemento fundamental do jornalismo?

A informação verdadeira.

Você acredita que o profissional jornalista ainda está se adaptando à produção jornalística no cenário da web e da mídia social?

Sim. Estamos sempre em adaptação para evolução.

ANEXO A - Parecer Consubstanciado do CEP

UNIVERSIDADE DO SAGRADO
CORACÃO



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: As estratégias de mídias sociais utilizadas no jornalismo independente: o caso dos "Jornalistas Livres" em Belo Horizonte-MG.

Pesquisador: Mayra Fernanda Ferreira

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 60364716.1.0000.5502

Instituição Proponente: Universidade do Sagrado Coração - Bauru - SP

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 1.760.664

Apresentação do Projeto:

Adequada.

Objetivo da Pesquisa:

Compreender, sistematizar e apontar as estratégias de mídias sociais adotadas pelos profissionais, com formação em Jornalismo, no jornalismo independente tendo como objeto de estudo a atuação do grupo Jornalistas Livres em Belo Horizonte-MG.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos: não há

Benefícios: contribuir para a reflexão das estratégias de mídias sociais utilizadas para a construção de um jornalismo alternativo e independente, bem como a compreensão de como ocorreu a adaptação da produção jornalística no cenário da web e da mídia social.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Entrevista fechada em profundidade com três profissionais formados em jornalismo atuantes no coletivo "Jornalistas Livres" em Belo Horizonte-MG. Será feita a análise e cruzamento de dados das respostas.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Adequado.

Endereço: Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

Bairro: Rua irmã Arminda Nº 10-50 **CEP:** 17.011-160

UF: SP **Município:** BAURU

Telefone: (14)2107-7051

E-mail: combedeeticadehumanos@usc.br

UNIVERSIDADE DO SAGRADO
CORACÃO



Continuação do Parecer: 1.750.054

Recomendações:

N.D.N.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

N.D.N.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BASICAS_DO_PROJETO_798747.pdf	26/09/2016 18:44:36		Aceito
Folha de Rosto	vaquinia.pdf	26/09/2016 18:44:16	Mayra Fernanda Ferreira	Aceito
Outros	ENTREVISTA.pdf	26/09/2016 11:32:09	Mayra Fernanda Ferreira	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	26/09/2016 11:31:55	Mayra Fernanda Ferreira	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	PROJETO.pdf	26/09/2016 11:31:45	Mayra Fernanda Ferreira	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

BAURU, 04 de Outubro de 2016

Assinado por:
Marcos da Cunha Lopes Virmond
(Coordenador)

Endereço: Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação
 Bairro: Rua Irmã Armanda Nº 10-50 CEP: 17.011-160
 UF: SP Município: BAURU
 Telefone: (14)2107-7051 E-mail: comiteeticadehumanos@usc.br