

O fazer jornalístico: processos da notícia em mídias independentes digitais¹

Janáina Cristina Marques CAPOBIANCO²

Leandra Eloy Ribeiro BARROS³

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

Resumo

Este estudo aborda os processos de produção jornalísticas, que com as novas tecnologias, se dão de forma ostensiva e descentralizada, com a emergência de novos protagonistas e interferências no discurso midiático. Assim, analisa-se mídias independentes digitais brasileiras, acerca de seus processos e rotinas produtivas jornalísticas, no contexto contemporâneo de novas tecnologias e convergência midiática. As compreensões desses profissionais acerca do jornalismo das mídias tradicionais é o ponto de partida da pesquisa, que abrange ainda suas concepções sobre o próprio jornalismo e os valores que os orientam. Neste artigo apresentamos as discussões teóricas que fundamentam o estudo, ainda em desenvolvimento. Na pesquisa de campo serão realizadas entrevistas em profundidade, observação direta e acompanhamento analítico das rotinas produtivas das mídias selecionadas.

Palavras-chave: Cultura; Conteúdos Digitais; Tecnologias; Multimídia; Convergência.

Mudanças estruturais nas dinâmicas de produção, distribuição e recepção de conteúdos estão em curso, alterando processos e conceitos ora consolidados para o campo teórico e profissional do Jornalismo. Temos assim, transformações radicais na forma como ele é praticado hoje, e, sobretudo, no futuro. “O jornalismo passa por um conjunto de grandes transformações que incluem novas formas de produção da notícia, processos de convergência e a crise da empresa jornalística enquanto modelo de negócios” (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011, p. 39).

Pressionado pelas novas tecnologias, pela expansão de setores da comunicação organizacional e de Jornalismo de entretenimento, pela participação dos públicos e pela democratização e ampliação das formas de acesso ao espaço público midiático, o jornalista profissional vive um momento de indefinição (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011, p. 39).

Situando o jornalismo como prática social, com a participação de diferentes atores sociais, que interagem de acordo com normas, acordos, institucionalizações e comportamentos legitimados, os autores assinalam que as práticas podem sofrer mudanças,

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, sob a orientação da Professora Doutora Dimas Kunsch, e-mail: janacapobianco@gmail.com.

³ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, sob orientação do Professor Doutor Mateus Yuri Passos, e-mail: leandrae.ribeiro@gmail.com.

que vão desde invenções pontuais a mudanças de grande porte. No entanto, para que uma mudança seja considerada estrutural, é preciso que ela seja suficientemente abrangente e profunda para alterar radicalmente o modo como determinada atividade é praticada e simbolicamente reconhecida/definida pelos atores. Ou seja, uma mudança estrutural se contrapõe a um grupo de mudanças conjunturais e também às microinvenções que normalmente afetam aspectos específicos de uma prática social (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011, p. 42).

Fazendo referência a Becker (1982) e Charron e Bonville (2004), Pereira e Adghirni (2011) afirmam que é preciso distinguir entre duas ordens de transformações que eventualmente incidem sobre uma mesma prática social: “[...] as alterações gradativas – e nem sempre perceptíveis – que afetam cotidianamente parte das atividades que integram uma prática social dos momentos em que os diferentes atores sociais vivenciam verdadeiras ‘revoluções paradigmáticas’” (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011, p. 42).

Essas revoluções, conforme sublinhado por Charron e Bonville, apud Pereira e Adghirni (2011, p. 43) são “[...] como momentos em que valores e práticas, tidos como essenciais ao exercício dessa atividade, passam por um momento de crise. Constata-se, nesse caso, um nível elevado de incongruência entre diferentes categorias de objetivos e de regras pertinentes a um modelo”.

Steensen (2010) considera que um cenário ainda mais abrangente de mudanças no jornalismo está ancorado nos seguintes processos:

Convergência em macro (agrupamento de empresas de mídia) e meso níveis (criação de redações multimídia). Concorrência de novos mercados e mudanças nas condições econômicas. Embaralhamento das demarcações entre o jornalismo e outras profissões. Enfraquecimento dos sindicatos. Novas condições para a liberdade de expressão e informação. Distâncias embaçadas entre espaços privados e públicos, meios de comunicação de massa e meios de comunicação privados. Direitos de propriedade intelectual sob pressão. Normas e padrões éticos sob pressão. Posse de novas tecnologias. Emergência de novos estilos e gêneros (STEENSEN, 2010, p. 178-179, tradução nossa).

Três eixos são apontados por Pereira e Adghirni (2011) como principais para a análise das mudanças estruturais no jornalismo: 1- mudanças estruturais na produção da notícia, 2 - mudanças estruturais no perfil do jornalista e 3 - as novas relações com os públicos.

Apesar da organização metodológica dos eixos de mudanças para a discussão e análise, as questões levantadas em cada um deles estão relacionadas. As mudanças no processo da produção da notícia, cada vez mais de forma difusa, descentralizada das redações tradicionais, com novos agentes, novas formas de participação, contribuem para uma revisão

do papel do jornalista e sua identidade profissional, e estas mudanças alteram a relação do jornalismo com o público, que participa, produz a notícia. Ou seja, da produção à recepção, muitas transformações estão colocadas e nos desafiam.

Chaparro (2003), referência importante nos estudos brasileiros sobre o jornalismo, também considera que o jornalismo vive um momento de profundas transformações, notadamente marcadas pelos avanços tecnológicos. Para ele, a principal mudança nos processos jornalísticos dos últimos vinte anos, foi o que ele intitula revolução das fontes. Diz o autor:

As fontes deixaram de ser pessoas que detinham ou retinham informações. Passaram a ser instituições produtoras ostensivas dos conteúdos da atualidade – fatos, falas, saberes, produtos e serviços com atributos de notícia. Pensam, agem e dizem pelo o que noticiam, exercitando aptidões que lhes garante espaço próprio nos processos jornalísticos, nos quais agem como agentes geradores de notícias, reportagens, entrevistas e até artigos (CHAPARRO, 2003, p. 49).

O autor estaria assim, analisando o contexto denominado por Pereira e Adghirni (2011) como primeiro eixo de transformações, que são as mudanças estruturais na produção da notícia. Chaparro (2003) acrescenta que vivemos em uma dinâmica de produção ostensiva e descentralizada de conteúdo. As mídias tradicionais, marcadas pela estrutura de monopólio no Brasil, deixam de serem as fundamentais produtoras de notícias e fontes de informação. Com a convergência das mídias e a emergência da *web*, setores marginais, instituições, pessoas, passam a ganhar formas de manifestação de seus fazeres e dizeres, ampliando e democratizando a produção e o consumo de informação.

Essa qualificação das fontes como geradora de conteúdos faz parte desse mundo novo com experimentações vitoriosas de democracia, civismo, mercado e tecnologia, em misturas que dinamizaram uma lógica universal de competição sustentada em informação. Neste contexto, diz o autor, noticiar tornou-se a forma mais eficaz de agir e interferir na realidade. “Nos rumos da democracia, o mundo mudou, institucionalizou-se, bem como os interesses, as ações, as próprias pessoas. Globalizaram-se os processos, as emoções e, sobretudo, os fluxos e circuitos da informação” (CHAPARRO, 2003, p. 33).

No que diz respeito ao contexto atual da produção jornalística no Brasil, Sant’Anna (2009) coloca que estes novos produtores de conteúdo não se limitam a tentar intervir sobre o agendamento da imprensa tradicional e partem eles mesmos para difundir, diretamente a opinião pública, constituindo para isso, suas próprias mídias. Para o autor, no cenário da difusão de informação no Brasil, despontam novos atores que se diferenciam das tradicionais mídias. Novos veículos informativos são ofertados ao público por organizações profissionais,

sociais, e, inclusive, por segmentos do Poder Público. São mídias mantidas e administradas por atores sociais que, até então, se limitavam a desempenhar o papel de fontes de informações (SANT'ANNA, 2005, p. 01).

O objetivo destas instituições, para o autor, é deter visibilidade pública, interferir no processo de construção da notícia (*newsmaking, gatekeeper*) e na formatação do imaginário coletivo, e isto só é possível, se a organização estiver inserida no espaço midiático. O autor também denomina o fenômeno como Jornalismo das Fontes, atividade que se caracteriza pela coleta, seleção, tratamento, filtragem e difusão de informação por entidades, movimentos, grupos sociais e é resultado das transformações socioculturais brasileiras.

Mídias independentes e seus processos

Uma multiplicidade de novas mídias jornalísticas surge neste cenário de novos produtores de conteúdos digitais. São mídias das fontes, que, por vezes, se limitam a comunicação organizacional e por outras se tornam veículos jornalísticos para um público mais amplo; mídias alternativas, ligadas ou não a movimentos sociais; *blogs*, iniciativas individuais e pessoais de produção jornalística; e mídias independentes, com amplo uso de recursos tecnológicos em sua produção (SATUF, 2016; LORENZOTTI, 2014). Com relação ao jornalismo independente no Brasil, a Agência Pública, em um projeto de mapeamento das iniciativas concluído em 2016, aponta a existência 79 coletivos, em 12 estados e no Distrito Federal.

É interessante ressaltar que estas diversas mídias jornalísticas independentes, muitas delas constantes no mapeamento da Agência Pública, apesar de figurar como mídia independente, possuem ligação com o fenômeno apresentado por Sant'Anna (2005) - mídia das fontes - e por Chaparro (2003) – profissionalização das fontes, como é o caso da própria Mídia Ninja (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação), uma das mídias independentes mais expressivas no cenário brasileiro.

Os Ninjas nasceram dentro do Coletivo Fora do Eixo, originalmente Circuito Fora do Eixo, uma assessoria musical “iniciada em 2005 por produtores e artistas de estados brasileiros fora do eixo Rio - São Paulo, inicialmente focada no intercâmbio solidário de atrações musicais e conhecimento sobre produção de eventos” (LORENZOTTI, 2013, p. 07). Mas que, entre outras coisas, dentro de um contexto de demissões em massa nas redações de jornais e a gênese de um conjunto de manifestações convocadas pelo Movimento Passe Livre (MPL), especialmente em maio e junho de 2013, nas Marcha da Maconha e da Marcha da

Liberdade, fortaleceram um projeto chamado NINJA, que segundo Bruno Torturra, um de seus fundadores, estava aberto a receber “todos os profissionais de mídia, desempregados ou a fim de se desempregar” (LORENZOTTI, 2013, p. 05). Inicialmente enquanto assessoria do Fora do Eixo, os Ninjas eram agora “Um grupo de comunicação amplo e descentralizado, a fim de explorar as possibilidades de cobertura, discussão, repercussão, remuneração e da radical liberdade de expressão que a rede oferece” (LORENZOTTI, 2013, p. 05).

De acordo com Satuf (2016), as principais características destas mídias independentes digitais são o uso de *smartphones* e redes móveis como vetores de “empoderamento” e a noção de jornalismo peer-to-peer “em que a rigidez do centro irradiador de informação, modelo consagrado no sistema de comunicação *broadcast*, dá lugar à fluidez de formações rizomáticas” (2016, p. 11), com vários pontos dispersos geograficamente que podem ser acionados ao mesmo tempo e passam a trabalhar em rede.

A ideia de ‘peer-to-peer’ (ou ‘P2P’ no jargão da informática) aplicada ao jornalismo está ancorada numa concepção mais horizontal e aberta da comunicação potencializada pelo uso de telefones móveis e smartphones interconectados. No jornalismo peer-to-peer, as informações percebidas como relevantes pelos integrantes de um grupo ganham o tratamento típico de notícia e circulam por redes de cooperação que são formadas mais por afinidade ideológica do que por estruturas corporativas previamente estabelecidas (SATUF, 2016, p. 11).

Satuf (2016) ressalta que as “transformações tecnológicas e sociais instauram novas questões sobre o amplo fenômeno da mídia independente com conseqüências importantes sobre as práticas jornalísticas no século XXI” (2016, p. 07).

É diante de todo este complexo cenário sociotécnico que se torna ainda mais evidente a força de uma nova onda de experimentações no campo da mídia independente. As tecnologias móveis de comunicação são ingredientes indispensáveis à consolidação do “midialivrismo”, um conceito que vem sendo empregado para caracterizar a interseção do jornalismo com o ciberativismo no século XXI (MALINI; ANTOUN, 2013).

Os midialivristas, de acordo com Satuf (2016) têm a inclusão e a cidadania no centro do debate sobre a comunicação para o desenvolvimento social e partem, portanto, do pressuposto de que: “A comunicação é um campo de batalhas. Nela, o *status quo* se faz consenso. Nela, os grupos minoritários disputam espaço, chamando atenção para os silêncios da fala hegemônica” (BELISÁRIO et al, 2008, apud SATUF, 2016, p. 11).

O midialivrisnociberativista reúne experiências singulares de construção de dispositivos digitais, tecnologias e processos compartilhados de comunicação, a partir de um processo de colaboração social em rede e de tecnologias informáticas, cujo principal resultado é a produção de um mundo sem intermediários da cultura, baseada na produção livre e incessante do comum, sem quaisquer níveis de

hierarquia que reproduza exclusivamente a dinâmica de comunicação um-todos (MALINI; ANTOUN, 2013, p.21-22).

Para Malini e Antoun (2013), os midialivristas são sujeitos aparelhados e interfaceados que produzem conteúdo, com visões destoantes das tradicionalmente apresentadas, individual ou coletivamente, em seus *sites*, *blogs*, perfis em redes sociais etc., e estes conteúdos são multiplicados, tanto no compartilhamento em si, proporcionado pelas tecnologias, quanto na visão dos indivíduos que o consomem, uma vez que eles conseguem despertar uma atenção das narrativas, provocando novas relações com o público.

O autor chama os midialivristas *hackers* das narrativas “um tipo de sujeito que produz, cotidianamente, narrativas sobre acontecimentos sociais que destoam das visões editadas pelos jornais, canais de TV e emissoras de rádio de grandes conglomerados de comunicação” (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 23). Eles se diferem dos jornalistas tradicionais, inclusive, na relação vital com essa nova forma de produzir conteúdo.

A nova mídia não é um meio de vida, como eram os velhos locais de trabalho e as antigas profissões. A mídia livre é um meio para viver, um meio onde o tempo do trabalho não se contrapõe mais ao tempo de vida, um meio onde o trabalho vivo determina o trabalho “morto” das informações e tecnologias e onde o movimento vivo de cada participante constitui o espaço vital da atividade comunitária (MALINI, ANTOUN, 2013, p. 146).

A natureza engajada, politizada e crítica das mídias independentes, expressa também em suas constantes práticas metajornalísticas – o jornalismo sobre o próprio jornalismo– e suas tensões, influenciam os rumos do campo jornalístico Satuf (2016). Bentes (2015) afirma que o midialivrista, diferente do jornalista da mídia corporativa, “não está em um protesto, ato, manifestação, apenas para fazer o registro (ou reportar) dentro de uma relação de trabalho. Ele é um corpo da multidão e a comunicação é uma das formas de mobilizar e organizar, expressar, essa multidão” (BENTES, 2015, p. 14).

Configura-se então, um jornalismo de ação, como proclamado pela Mídia Ninja, entre outros. O jornalismo de ação vai a campo, não só com a pretensão do tempo real, mas com a de fazer parte, se fundir ao acontecimento. “Concretamente, as postagens da Mídia NINJA e de outros coletivos, mesmo quando não vêm assinadas, explicitam sua parcialidade e de onde se fala. [...] Cada ‘matéria’ traz uma causa, um afeto, um horizonte de mundos em forma de ‘notícia’” (BENTES, 2015, p. 16).

Não existe alinhamento ideológico automático ou financiamento de nenhum partido político (o que não significa que a Mídia NINJA se omita, ou que não declare apoio às pautas de parlamentares de partidos diferentes inclusive). O compromisso é com a luta por direitos fundamentais, e mais do que direitos: é uma

luta para dar visibilidade e efetuar a infinidade de mundos possíveis que precederam e ultrapassaram o que chamamos hoje de capitalismo (BENTES, 2015, p. 17).

Um ideário de compromisso social está presente nestes grupos. A dimensão da ação jornalística, da interferência do jornalismo na realidade está posta para eles, sem constrangimentos. Esta perspectiva crítica, como nas práticas metajornalísticas, e de engajamento, expressas também na atuação das mídias, se dá em alguma medida a partir das mediações dos jornalistas com as mídias tradicionais e seus conteúdos. Proulx (2014) faz alguns apontamentos para os estudos de recepção no mundo digital, e destaca a importância de perspectivas que abordem o que os usuários fazem com os conteúdos na vida cotidiana e pública, indo além do interesse pelo modo como os indivíduos interagem com estes conteúdos. Assim, em uma “dupla articulação” (PROULX, 2014, p. 91), interessa-nos as críticas e leituras dos jornalistas dos coletivos independentes acerca das mídias tradicionais, para então, proceder a uma análise do que eles fazem com estas perspectivas, em sua atuação como jornalista nas rotinas e processos produtivos nas mídias independentes.

Para se estudar processos produtivos é importante considerar como marco teórico os estudos da sociologia da notícia, a Teoria do *newsmaking* (ALSINA, 2009; TRAQUINA, 2016, 2011, 2012; TUCHMAN, 1978; SCHUDSON, 1978; WOLF, 1995, SOUSA, 2002), que compreende a rotina produtiva de uma redação, envolvendo o profissional e a organização, ou seja, um estudo acerca da produção de informação; e ainda a teoria da pragmática da ação jornalística, com seus métodos de rastreamento (CHAPARRO 2003, 2007, 2014).

Segundo Wolf (1995), a abordagem do *newsmaking* se articula, principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos. Na Teoria do *newsmaking*, as opiniões dos jornalistas, junto com a linha editorial do veículo, decidem o que será notícia e quanta importância ela terá. Segundo Traquina (2016): “As decisões tomadas pelo jornalista no processo de produção de notícias (*newsmaking*) só podem ser entendidas inserindo o jornalista no seu contexto mais imediato – o da organização para a qual ele ou ela trabalham” (2016, p. 235).

O contexto de mudanças no jornalismo e seus processos, de acordo com os autores apresentados, entre outros, tais como (SILVA, 2013a, 2013b; JORGE; 2013; LONGHI; D’ANDREA, 2012), assim como entre os estudiosos do jornalismo digital (CANAVILHAS, 2014; PALÁCIOS, 2002; BARBOSA, 2013), tem como elemento central a tecnologia e seus avanços. Traquina (2011) afirma que um conhecimento histórico do jornalismo mostra que do

tambor aos satélites, esta atividade foi sempre profundamente transformada pelas inovações tecnológicas.

O conceito de convergência midiática aparece nos estudos de jornalismo digital, da *web* notícia, fundamentalmente enquanto um fenômeno possibilitado pela *internet* e a sua característica de multimídia. O jornalismo, seus processos e suas narrativas, passam então a se orientar pela característica potencializada da *web*: a hipertextualidade. (PALÁCIOS, 2002). Neste cenário hipertextual, os recursos de áudio, (da velha mídia rádio), de vídeo (da velha mídia TV) de texto (da velha mídia jornal impresso) e de imagens (do fotojornalismo e das velhas mídias jornais e revistas) podem ser utilizados nos processos e nas narrativas jornalísticas, de maneira convergente, multimídia. De acordo com Canavilhas (2014), as características do webjornalismo são hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade.

O aspecto cultural, entretanto, é considerado por Jenkins (2009), quando discute a convergência midiática, enquanto um fenômeno social e cultural, um modo de vida. Em *Cultura da Convergência*, o autor se diz contra a ideia de convergência em uma dimensão apenas tecnológica. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos.

Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos (JENKINS, 2009, p. 30).

O autor afirma que “a convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias” (JENKINS, 2009, p. 45). Este assumir o controle das mídias, no caso das mídias independentes, diz respeito ao que Satuf (2016) chamou de empoderamento, perspectiva que é ainda apontada por outros estudiosos da temática (LORENZOTTI, 2014; BITTENCOURT, 2014; BENTES, 2015).

A partir das múltiplas possibilidades dos dispositivos tecnológicos como os *smartphones*, – e de suas orientações políticas e visão de mundo e de jornalismo – estas mídias reinventam a prática e a narrativa jornalística. Para além da existência física destes dispositivos tecnológicos entre os indivíduos – atualmente existe cerca de 208 milhões de *smartphones* no Brasil, média de um por habitante de acordo com o Centro de Tecnologia de Informação Aplicada da FGV-EAESP, em 2017 –, é preciso enfoque para os processos e

práticas dos sujeitos sociais para com estes dispositivos. Neste cenário, é pertinente o alerta de Primo (2013, p. 26) para se olhar o que chama de “condições de interação”. “É preciso investigar-se as interações, as associações, e não simplesmente os recursos das tecnologias”.

Neste caminho de reinvenção jornalística das mídias independentes, com as características acima elencadas, – em especial as práticas metajornalísticas e o engajamento desses grupos –, em um movimento de crítica e ao mesmo tempo de atuação jornalística, a questão do compromisso com a credibilidade, valor próprio da natureza do jornalismo, nos vem à tona. Numa compreensão do jornalismo como uma crença verdadeira e justificada, Lisboa e Benetti, (2015, p.12) ressaltam “a necessidade de presunção da credibilidade para que o jornalismo seja um conhecimento específico, e não outra coisa qualquer. E perguntam: “Como então, o sujeito pode presumir que o jornalismo é credível? Pela confiança de que o discurso jornalístico diz a verdade”.

As autoras afirmam que o jornalismo, para se tornar um conhecimento, deve atender às condições da crença, da verdade e da justificação. “Basicamente, o sujeito deve crer que o jornalismo diz a verdade, e esta verdade deve estar justificada em seu próprio discurso” (LISBOA; BENETTI, 2015, p.11). Sem isso, para as autoras, não existe a formação do conhecimento jornalístico.

Sendo o jornalismo uma prática social, de natureza coletiva e discursiva, sua relação com os leitores forma um *ethos*, uma presunção de credibilidade, que é anterior ao ato de enunciação. As autoras pontuam que o cenário contemporâneo do jornalismo em redes problematiza ainda mais as questões de credibilidade e confiança entre os sujeitos sociais. No entanto, apesar da pluralidade de interesses, de pontos de vistas, e de questões sociais, os valores verdade e justificação continuam centrais na discussão acerca do jornalismo e de sua razão de ser e existir.

[...] o jornalismo se torna um conhecimento quando o sujeito qualifica o que antes era apenas uma mera crença, passando a tomar o discurso jornalístico como confiável, já que este discurso demonstra de forma justificada que diz a verdade ou que buscou, por meio de seus procedimentos técnicos e profissionais, chegar à verdade. A crença simples passa a ser uma crença verdadeira e justificada, ou seja, um conhecimento (LISBOA; BENETTI, 2015, p. 22).

Sodré e Paiva (2011, p. 22) afirmam que em nossa modernidade há um pacto de credibilidade firmado entre os públicos e a imprensa. “A ela caberia garantir não apenas a livre expressão, mas também a publicização da verdade oculta nos desvãos do Poder”. A imprensa seria, assim, explicam os autores, a antítese do boato.

Por isso, a imprensa se investe modernamente do direito moral de narrar, inerente a toda e qualquer testemunha de um fato. Testemunho em grego clássico, é *histor-*daí, história. Acreditamos numa história porque foi testemunhada, senão diretamente ao menos por uma mediação confiável, a cargo do jornalismo. E não se trata de uma crença qualquer, porque essa é a admissão de um fato em cujo horizonte de recepção está inscrita a noção de ‘esclarecimento’, palavra sinônima de ‘iluminismo’. A verdade factual esclareceria o público (SODRÉ; PAIVA, 2011, p. 22).

Nesta perspectiva, os autores consideram acerca do jornalismo e da verdade que “[...] não está ali em jogo nenhuma demonstração lógico-filosófica da verdade, e sim um pacto de credibilidade que, como toda convenção, institui as suas próprias regras (ficcionalmente sedutoras) de aceitação do pactuado” (SODRÉ; PAIVA, 2011, p. 23).

Diante do contexto de transformações no jornalismo apresentado, considerando os aspectos discutidos com relação à emergência de diversos novos falantes e novas mídias *online*, em particular as mídias independentes; as características do jornalismo digital em uma concepção de *continuum* multimídia; a convergência midiática enquanto fenômeno técnico e cultural; as perspectivas teóricas acerca da produção da informação; a credibilidade como valor central para a prática jornalística, investiga-se como estas tecnologias são utilizadas por jornalistas de jornais independentes brasileiros, a partir de suas compreensões e críticas ao jornalismo praticado pelas grandes empresas de mídia, consideradas neste estudo como mídias tradicionais.

Com suas características móveis e convergentes, os novos dispositivos tecnológicos estão presentes nas rotinas produtivas dos jornais independentes, e seu uso nos processos jornalísticos, reinventam e também reproduzem as práticas jornalísticas tradicionais. A compreensão destes processos, orienta-se por uma perspectiva de *continuum* multimídia (BARBOSA, 2013), das práticas metajornalísticas dos profissionais em foco à sua atuação como produtores de conteúdos em mídias independentes, assim como suas relações de aproximação e distanciamento das práticas jornalísticas tradicionalmente colocadas, em um processo articulado, e não antagônico, como por ora se polarizou em compreensões acerca dos processos comunicativos.

Do ponto de vista teórico metodológico, tendo em vista a perspectiva de uma análise compreensiva (KAUFMANN, 2013) dos fenômenos em foco, além dos principais referenciais teóricos apresentados, as etapas seguintes da pesquisa compreenderão entrevistas em profundidade (GASKELL, 2015; DUARTE, 2006; CAPRINO E PERAZZO, 2011), observação direta (JACCOUD; MAYER, 2008; ABRAMO, 1979; YIN, 2005) e acompanhamento e análise das rotinas produtivas, a partir de um rastreamento da produção

nas mídias independentes, que se orienta pelos fundamentos e perspectivas teórico-metodológica do rastreamento (CHAPARRO, 2007), e do *newsmaking* (ALSINA, 2009; TRAQUINA, 2016; WOLF, 1995, SOUSA, 2002).

Referências Bibliográficas

A PÚBLICA. Disponível em: <<http://apublica.org/>>. Acesso em: 12 fev. 2017.

ABRAMO, Perseu. Pesquisa em Ciências Sociais. In: HIRANO, S. (Org.). **Pesquisa Social: Projeto e Planejamento**. São Paulo, T.A. Queiroz, 1979, p. 28-44.

ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Notícia e mobilidade. Jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã, UBI, LabCom, Livros Labcom, 2013. Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/94>>. Acesso em: 20 de nov. 2016.

BENTES, Ivana. **Mídia-Multidão**. Rio de Janeiro: Mauad, 2015.

BITTENCOURT, Maria Clara Aquino. **Características de convergência na atuação do Mídia Ninja**. Comunicação & Inovação, São Caetano do Sul, v. 15, n. 28, p. 76-86, jan.-jun., 2014. Disponível em: <http://www.seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/2393>. Acesso em: 02 jul. 2017.

CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Livros Labcom, 2014. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>. Acesso em: 13 set. 2017.

CAPRINO, Mônica Pegurer; PERAZZO, Priscila Ferreira. **História oral e estudos de comunicação e cultura**. Revista Famecos, mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 18, n. 3, p. 801-815, setembro/dezembro, 2011. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/10385/7283>>. Acesso em: 10 maio 2017.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem anos de assessoria de Imprensa. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia**. 2. ed. São Paulo, SP, Atlas, 2003.

Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. 3. ed. São Paulo, SP: Editora Summus, 2007.

CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean de. **Natureza e transformação do jornalismo.** Organizadores da edição brasileira: Zélia Leal Adghirni e Fábio Henrique Pereira. Florianópolis: Insular, 2016.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som.** Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 13. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

JACCOUD, Mylène; MAYER, Robert. A observação direta e a pesquisa qualitativa. In: POUPART, J. et al. **A Pesquisa qualitativa. Enfoques epistemológicos e metodológicos.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

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

JORGE, Thaís de Mendonça. **Mutação no jornalismo: como a notícia chega à internet.** Brasília: Editora UnB, 2013.

KAUFMANN, Jean-Claude. **A entrevista compreensiva: um guia para pesquisa de campo.** Petrópolis: Vozes; Maceió: Edufal, 2013.

LISBOA, Silvia; BENETTI, Marcia. **O jornalismo como crença verdadeira justificada.** *BrazilianResearchJournalism*, v. 11, n. 2, 2015. Disponível em:
<<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/664/666>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

LONGHI, Raquel; D'ANDRÉA, Carlos. (Org.). **Jornalismo convergente: reflexões, apropriações, experiências.** Florianópolis: Insular, 2012.

LOPES, Christh. **Estúdio Fluxo apresenta novo modelo econômico para produção de informação.** Portal Imprensa. Disponível em:
<<http://www.portalimprensa.com.br/noticias/brasil/67891/estudio+fluxo+apresenta+novo+modelo+economico+para+producao+de+informacao>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

LORENZOTTI, Elizabeth. **Jornalismo século XXI-O modelo# MídiaNINJA.** E-galáxia, 2014.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

PEREIRA, Fábio; ADGHIRNI, Zélia Leal. **O jornalismo em tempos de mudanças estruturais**. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, janeiro/junho, 2011.

PRIMO, Alex. Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. In: PRIMO, Alex. (Org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 13-32.

PROULX, Serge. **Estudos de recepção em contexto de mutação da comunicação: rumo a uma quarta geração?** Questões Transversais-Revista de Epistemologias da Comunicação, v. 1, n. 2, 2014.

SANT'ANNA, Francisco. **Mídia das fontes: o difusor do jornalismo corporativo**. Casa das Musas, 2005.

SANT'ANNA, Francisco. **Mídia das fontes: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro: um olhar sobre a ação midiática do Senado Federal**. Senado Federal, Secretaria Especial de Editoração e Publicações, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2009.

SOUSA, Jorge Pedro. **Porque as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia**. Biblioteca on-line de Ciência da Comunicação, Universidade de Beira Interior, Portugal, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedroconstruindo-teoria-da-noticia.pdf>>. Acesso em: 27 set. 2015.

SATUF, Ivan. **O discurso da mídia independente como prática metajornalística**. Revista Comunicando, v. 5, n. 1, 2016, p. 07-26.

SCHUDSON, Michael. **Discovering the news: a Social History of American Newspapers**. New York: Basic Books, 1978.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. 2013a. 408 f. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Universidade Federal da Bahia, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/13011>>. Acesso em: 13 jan. 2017.

SILVA, Fernando Firmino da. **Repórteres em campo com tecnologias móveis conectadas**. In: MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana (Org.). **Jornalismo e tecnologias móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013b.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. Informação e boato na rede. In: SILVA, Gislene et al (Org.). **Jornalismo contemporâneo**. Figurações, impasses e perspectivas. Salvador: EDUFBA: Brasília: Compós, 2011, p. 21-32.

STEENSEN, Steen. **Back to the feature. Online journalism as innovation, transformation and practice**, 2010. Disponível em:
<https://www.academia.edu/404414/BACK_TO_THE_FEATURE?auto=download>. Acesso em: 10 set. 2017.

TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis, SC: Insular, 2016.

_____. **O estudo do jornalismo no século XX**. 3. Reimpressão. São Leopoldo: Editora UNISINOS, 2011.

_____. **Teorias do Jornalismo, Por que as notícias são como são**. Volume 2. 3. ed. Florianópolis: Insular: 2012.

TUCHMAN, Gaye. **Making News by Doing Work**: Routinizing the Unexpected. *The American Journal of Sociology*. Vol. 79, No. 1 (Jul., 1973), pp. 110-131.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 4. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.