
Jornalismo independente: um mapeamento dos veículos de comunicação em Alagoas¹

Wanessa Maria da Rocha França MELO²

Vitória Alves Gondim de LUNA³

Júlio Arantes AZEVEDO⁴

Universidade Federal de Alagoas - UFAL

RESUMO

A pesquisa⁵ tem como objetivo realizar a análise parcial dos veículos de comunicação independentes da grande mídia de Alagoas para compreender o sistema de informação da região. Nesse sentido, o presente estudo traz uma investigação quantitativa e qualitativa, na qual buscou-se identificar os veículos que atuam de maneira contra-hegemônica frente às grandes empresas de comunicação existentes no Estado no primeiro semestre de 2022. Para isso, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre jornalismo independente e, após análise teórica, foi efetuada uma pesquisa online com jornalistas alagoanos, o que permitiu o mapeamento dos veículos não tradicionais no estado. Os resultados deste estudo apontam para um cenário em que o ambiente digital vem se consolidando na comunicação alagoana e desponta como uma alternativa de produção de conteúdo em contrapartida a grande mídia.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Independente; Mídia Alternativa; Economia Política da Comunicação; Alagoas.

Introdução

O desenvolvimento de estudos que analisam o comportamento dos veículos de comunicação renova-se à medida em que existe a necessidade de entender como a dinâmica das transformações sociais, tecnológicas e mercadológicas afeta o jornalismo. Nessa lógica, o avanço e popularização dos meios digitais na última década permitiu a expansão da comunicação, onde o consumo da informação se tornou mais amplo e

¹ Trabalho apresentado na IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo do ICHCA-UFAL, colaboradora do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic-Ufal), integrante do grupo de pesquisa Crítica da Economia Política da Comunicação (CEPCOM/UFAL/CNPq), e-mail: francawanessa15@gmail.com

³ Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Jornalismo do ICHCA-UFAL, bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic-Ufal), integrante do grupo de pesquisa Crítica da Economia Política da Comunicação (CEPCOM/UFAL/CNPq), e-mail: vitoria.luna@ichca.ufal.br

⁴ Orientador do trabalho, professor adjunto do curso de Jornalismo (Ichca/Ufal), coordenador do grupo de pesquisa Crítica da Economia Política da Comunicação (CEPCOM/UFAL/CNPq), e-mail: julio.arantes@ichca.ufal.br

⁵ Esta pesquisa foi desenvolvida no âmbito do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica da Universidade Federal de Alagoas (Pibic-Ufal), Ciclo 2021-2022.

intenso. A partir deste cenário, a forma de fazer jornalismo também passou por mudanças, especificamente, foi possível observar um crescimento de veículos de comunicação cujo foco do trabalho consiste em divulgar fatos sob uma perspectiva contra-hegemônica, geralmente, abordando pautas com enfoque em temas como Direitos Humanos e Sociais, além de se caracterizar por dar visibilidade àqueles que estão à margem da sociedade.

Em contrapartida a grande mídia, o intuito do jornalismo independente é trazer novas lógicas hegemônicas vinculadas à produção de conteúdo, reconhecendo que o jornalismo é afetado pelo contexto social em que opera. Dessa forma, esse tipo de mídia tem como papel dar ênfase a assuntos negligenciados pelos grupos dominantes, se configurando como uma possibilidade de informações alternativas e críticas.

Como embasamento para o presente trabalho foi considerado, após prévio levantamento bibliográfico, que um veículo de comunicação independente se distingue de um veículo pertencente ao conglomerado da mídia tradicional por meio da forma de produção do conteúdo e de questões mercadológicas.

A pesquisa foi motivada devido ao fenômeno crescente de iniciativas jornalísticas independentes no Brasil, sobretudo no meio digital. Desse modo, o trabalho tem como objetivo trazer esse mapeamento realizado em Alagoas no segundo semestre de 2021 e o primeiro semestre de 2022 para entender quantas são e quais são essas mídias e como elas se organizam tanto economicamente quanto nas produções de conteúdo.

Conceito de mídia independente

O conceito de mídia independente não possui uma definição oclusa. Sendo que esta noção de independência é contestada por pesquisadores da área de comunicação em virtude da ausência de uma independência absoluta. Patrício e Silva (2018, p.2), acerca do entendimento de independência no jornalismo, ressaltam que se trata de “projetos em plataformas digitais, que sejam uma iniciativa coletiva e sem vinculação com os tradicionais ‘proprietários’ dos veículos de comunicação”, com o financiamento como elemento de independência, uma vez que este é pautado na auto-sustentabilidade.

Segundo a definição de Erick Caldeira de França, este é um tipo de jornalismo praticado de forma autônoma pelos profissionais jornalistas ou inclusive por não

jornalistas, sem estarem ligados a veículos da mídia tradicional, nem a organizações, empresas ou políticos”. (FRANÇA, 2016, p. 22 apud COELHO et. al, p.363, 2020).

A mídia independente se apresenta em contrapartida a mídia tradicional à medida que necessariamente não tem como intuito a propagação das ideologias dos grupos dominantes, principalmente por não estar entre os veículos controlados pelos grandes grupos de mídia, o que de certa forma possui uma maior liberdade em suas editorias jornalísticas. Karppinen e Moe, citado por Assis et. al, apresentam alguns dos princípios básicos levados em consideração na classificação como independente.

Karppinen e Moe traçam as noções mais comuns ao se falar em independência no jornalismo: ausência de controle ou influência por agentes externos, capacidade de indivíduos ou organizações de tomarem decisões baseados em sua própria lógica, autogoverno, liberdade de administrar seu negócio jornalístico da maneira que convier, ou até mesmo, uma estratégia para ampliar seu público. (ASSIS et al., 2017, p.6).

O jornalismo independente por muito tempo foi engendrado e usado como sinônimo para o alternativo, por isso é necessário uma diferenciação entre os seguintes conceitos. Alternativo refere-se a junção das palavras alter (outro) e nativus (natural), esse tipo de mídia é frequentemente ligada aos movimentos sociais e se apresentam como opositores à estrutura vigente. Outra característica do jornalismo alternativo é o posicionamento explícito dos comunicadores sobre determinados assuntos, sendo notório em determinadas temáticas a incumbência de jornalistas como atores sociais.

Cenário da mídia alagoana

O cenário da mídia alagoana ainda produz um jornalismo arraigado aos três principais grupos de comunicação do estado, sendo eles: Organização Arnon de Mello (OAM), afiliada a rede Globo; Pajuçara Sistema de Comunicação (PSCOM), afiliada à Record e Sistema Opinião de Comunicação, empresa pernambucana responsável pela veiculação da TV Ponta Verde em Alagoas, afiliada ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT).

Atualmente, os grupos OAM e PSCOM são as empresas que possuem mais destaque no estado através das veiculações de telejornais, programas de rádios e portais

na web. É possível afirmar que ambas possuem certa credibilidade para se fazer jornalismo, conquistadas devido ao longo período atuando no mercado da comunicação em Alagoas. Mesmo munidas da credibilidade do público, é preciso destacar o constante interesse político presente nas produções jornalísticas dos veículos ligados aos grupos, uma vez que as empresas foram fundadas por famílias tradicionais da política alagoana. Além disso, em visitas aos sites de notícias dos respectivos veículos, é possível observar a veiculação de propagandas de cunho político que destacam ações ligadas à gestão vigente da esfera executiva de municípios e do estado.

Por sua vez, o trabalho de jornalismo independente em Alagoas vem burlando o tradicionalismo midiático do estado, propondo um novo olhar sobre temáticas e inovando em projetos e parcerias. Essa ascensão do jornalismo independente local ocorreu principalmente a partir de 2019, após uma mobilização da categoria em razão da tentativa de redução salarial das empresas de mídia tradicionais, o que gerou como represália a demissão de diversos jornalistas. Como forma de continuar produzindo conteúdo jornalístico, esses profissionais se uniram em prol da comunicação e fundaram seus próprios veículos de comunicação, como exemplo o portal Acta que se intitula pioneiro em jornalismo multiplataforma, com sede na capital Maceió e a TV Liberdade AL que se apresenta no segmento de produções voltadas ao audiovisual, localizada em Arapiraca.

Metodologia

Como forma de organizar e garantir um pleno desenvolvimento das atividades, inicialmente foi elaborado um plano de trabalho e, através de um cronograma de tarefas, foi possível dividir a pesquisa em duas etapas. Durante a primeira fase da pesquisa as tarefas consistiram em realizar um levantamento de trabalhos anteriores cujo tema estava relacionado com o nicho da economia política da comunicação, onde através desses artigos e monografias uma revisão bibliográfica foi feita com o intuito de compreender os seguintes conceitos: independente, alternativo e contra-hegemônico no jornalismo, em um segundo momento foi posta em prática uma pesquisa exploratória para o mapeamento dos veículos de mídia independente em Alagoas visando as etapas seguintes do projeto.

O estágio inicial da pesquisa focou na revisão bibliográfica, realizada durante o mês de setembro de 2021 até fevereiro de 2022, sendo perceptível uma ampliação no prazo pré-estabelecido no cronograma. Nesta etapa foi utilizado o aplicativo Google documentos destinado à organização do material estudado, onde também serviu como recurso para digitação do resumo desenvolvido a partir da leitura dos textos pesquisados e analisados. Em relação a importância da revisão bibliográfica, Aline Hübner Freitas (2016), destaca que essa etapa é fundamental para que seja definida previamente a literatura mais adequada e norteadora da pesquisa. "Através da revisão da literatura antes da elaboração de um projeto, o pesquisador vai conseguindo definir mais precisamente, o objetivo do seu estudo, selecionando a literatura relevante para a sua pesquisa". (FREITAS, 2016, p. 76)

O processo da pesquisa exploratória a princípio se baseou no levantamento dos veículos de mídia independente em Alagoas, sendo assim, para encontrar esses veículos houve o auxílio de ferramentas de busca, como o Mapa de Jornalismo Independente, realizado pelo site Agência Pública que classificou os grupos independentes em nível nacional. Esse levantamento inicial foi organizado em uma tabela no Google documentos onde foram listados os veículos e os seus respectivos contatos, como e-mail, telefone e redes sociais (Instagram). Através desse mapeamento foi criado um formulário online, por meio de recursos do Google, cujo conteúdo fazia referência ao jornalista que se dispôs a fornecer respostas e ao veículo no qual ele exercia suas atividades. Referente à divulgação do formulário duas estratégias foram aplicadas, onde uma consistia em divulgar um banner/card através das redes sociais do projeto e de seus participantes (orientador e orientandas), além dos perfis ligados ao curso de jornalismo da universidade (Ufal). Ainda, como meio de aumentar a adesão à pesquisa por parte dos jornalistas alagoanos, o *link* de direcionamento ao formulário foi divulgado através do aplicativo de mensagens *WhatsApp*, em grupos de profissionais da comunicação e listas de transmissão. Em último recurso, o *link* do formulário também foi enviado por email. O formulário ficou aberto para respostas entre os dias 9 de março a 28 de março de 2022.

Através dos dados colhidos, houve a classificação dos veículos como independentes, alternativos ou contra-hegemônicos. A pesquisa continua em

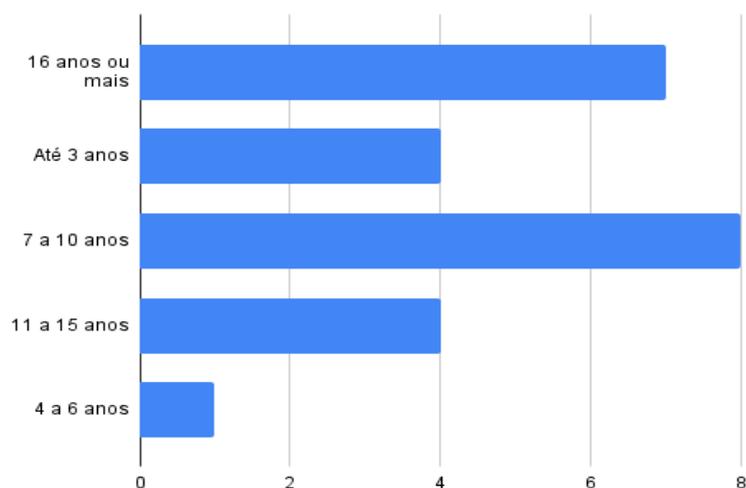
andamento, cujo principal objetivo nessa segunda fase é realizar entrevistas com os jornalistas desses veículos de comunicação que se declararam mídia independente através do formulário, como forma de entender detalhadamente questões voltadas à produção de pauta, financiamento, quadro de colaboradores, retorno financeiro, estrutura do veículo e projetos. Até o presente momento as entrevistas têm sido realizadas de maneira online, por meio do aplicativo Zencastr, uma vez que permite a gravação das reuniões e possibilita destinar as imagens e áudios para o armazenamento em nuvem vinculado diretamente à conta de email do projeto. Também é importante enfatizar que, durante o processo de captação de dados, foi solicitado àqueles que se propuseram a participar da pesquisa, a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (T.C.L.E.), um para cada fase.

Análise dos dados

A fase exploratória da pesquisa foi realizada de forma online, fornecendo os primeiros dados sobre os veículos independentes presentes em Alagoas. O formulário ficou aberto para respostas por 19 dias, entre os dias 9 de março até 28 de março e teve no total 28 respostas, incluindo de jornalistas de veículos tradicionais. Destes participantes, todos assinaram o termo de consentimento para que suas respostas fossem utilizadas na pesquisa.

Primeiramente o questionário apresentou perguntas para identificação do participante, como o seu nome e o telefone de contato, em seguida se este era um jornalista profissional o que obteve 25 respostas sim e 3 não, e se o jornalista era sindicalizado gerando 9 sim e 19 não. Para finalizar o primeiro bloco, o tempo de exercício profissional que teve: 6 respostas em até 3 anos, 5 respostas em até 5 anos, 2 respostas em até 6 anos, 8 respostas em até 10 anos, e 7 respostas em mais de 15 anos (Gráfico 1). Nessa primeira parte, os dados apontam para um predomínio de jornalistas profissionais nesses meios de comunicação, assim como o da sua atuação a mais de 7 anos no mercado de trabalho.

Gráfico 1 - Quantitativo de anos da atuação desses profissionais no mercado de trabalho

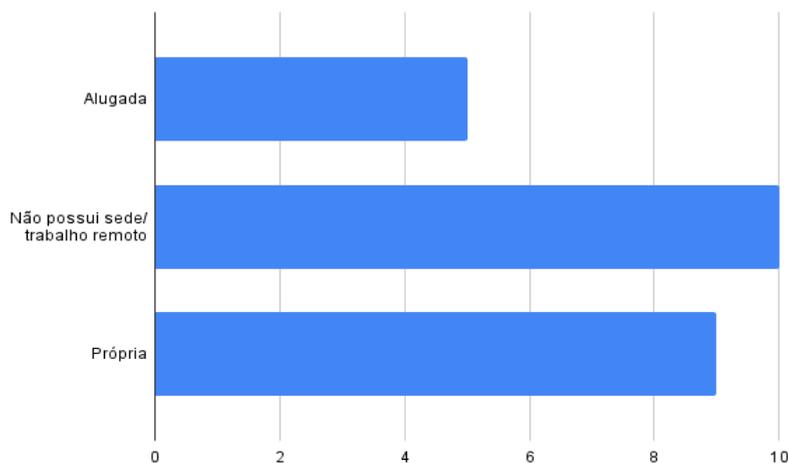


Fonte: próprias autoras

Em sequência as perguntas foram direcionadas a caracterização do veículo em que o participante atua, o nome do veículo, no qual as respostas colhidas abrange os seguintes: Jornal de Arapiraca, Revista Alagoana, Rádio Difusora de Alagoas, Alagoas na net, Alagoas Boreal, Mídia Caeté, Olhos Jornalismo, JC Concursos, EUFEMEA, Gazeta, O alagoano, BR104, É Assim, Maragogiro, Maragogi News, Flaucast, JGnotícias, Tv Liberdade AL, Jairo Ribeiro, 40graus News e Estadão Alagoas. É válido destacar que esses nomes incluem todos os veículos que responderam a pesquisa se classificando como independente ou não.

Dentre os profissionais, 26 afirmam atuar nas redes sociais e, em relação à forma como definem o veículo: 9 declararam ser de mídia tradicional, 13 de mídia independente, 1 de mídia alternativa e 5 de mídia independente e alternativa. Outra interrogação do formulário é quanto aos tipos de financiamento dos veículos, 17 assinalaram publicidade tradicional, 6 monetização, 2 venda de conteúdo exclusivo por acesso, 3 venda de conteúdo exclusivo por assinatura, 1 doações diretas, 6 financiamento coletivo e 3 em nenhum tipo de financiamento, como os veículos têm a possibilidade de possuírem mais de uma maneira de captação de recursos, algumas dessas mídias utilizam até 3 formas de financiamento.

Gráfico 2 - Quantitativo de veículos que possui sede própria, alugada ou não possui sede



Fonte: próprias autoras

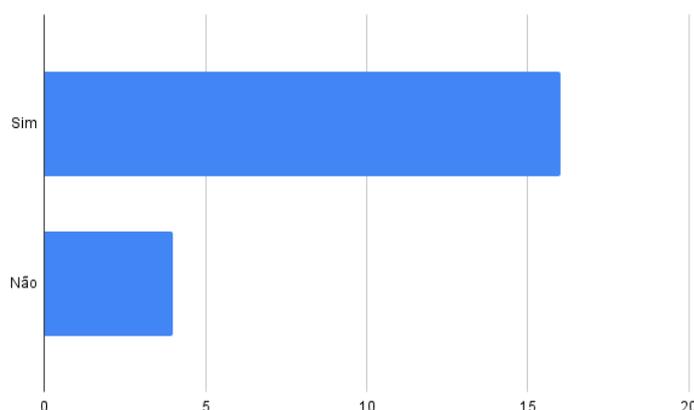
A última parte faz referência a atuação jornalística do veículo, no tocante a frequência do trabalho em equipe: 5 responderam que desenvolvem de forma individual, 4 pouco frequente, 6 frequente e 13 muito frequente. No tópico que concerne a frequência de publicação e veiculação das produções: 12 responderam que é com muita frequência, 5 frequência regular, 4 pouca frequência, 6 publicação semanal/mensal, 1 publicação mensal/ bimestral e 1 outra. O encerramento ocorre com a pergunta sobre as editorias predominantes de conteúdos produzidos pelo profissional, gerando 18 respostas em cidades, 14 cultura, 8 direitos, 10 economia, 18 política, 8 polícia, 6 esportes e 4 meio ambiente.

Esta pesquisa quantitativa revela os possíveis veículos de jornalismo independente atuantes em Alagoas, que através da curadoria dos dados colhidos pelo formulário identifica-se no total 17 veículos, que incluem respectivamente: Revista Alagoana, Alagoas na net, Alagoas Boreal, Mídia Caeté, Olhos Jornalismo, EUFEMEA, O alagoano, BR104, É Assim, Maragogiro, Maragogi News, Flaucast, Jgnócias, Tv Liberdade AL, Jairo Ribeiro, Estadão Alagoas e 40graus News.

Sendo perceptível que esses veículos que se auto identificam como independentes estão todos localizados no ambiente digital, seja em sites ou plataformas de podcasts. O que vai de encontro aos dados que revelam que majoritariamente essas mídias não possuem sede com um total de 9 respostas, apenas 4 tem sede própria e 4

alugadas. Outro quesito de destaque é sobre a atuação desses profissionais que ocorre com ênfase através das redes sociais, com destaque para o Instagram, Facebook, Twitter e YouTube. O gráfico abaixo demonstra a predominância de jornalistas profissionais nesses veículos que se declararam independentes.

Gráfico 3 - Quantitativo de jornalistas profissionais ou não nos veículos independentes



Fonte: próprias autoras

Em decorrência dos veículos independentes não possuírem vínculo com os conglomerados de mídia e os proprietários dispor de poucos recursos financeiros, é notório que predominantemente esses grupos utilizam mais de uma forma de financiamento para garantir a sua sustentabilidade. Acerca do trabalho em equipe, apesar da multiplicidade de formas, predomina o muito frequente com 8 respostas. Além disso, no eixo de publicação de conteúdos o muito frequente lidera com 7 respostas e em seguida o regular com 5.

Apesar de não ser o foco do estudo, os resultados preliminares desta primeira etapa da pesquisa também permitiram a observação dos veículos de comunicação tradicionais do estado. Através da organização e análise das resposta feitas por meio do formulário, foi possível identificar que, dentre os vinte e oitos veículos que participaram do questionário, quatro responderam que se identificavam como Mídia Tradicional, um se classificou como Mídia Tradicional/Grupo de mídia, apenas um afirmou ser Independente/Alternativo/Mídia tradicional e mais um veículo se descreveu como Independente/Grupo de mídia.

Ainda, o questionário aplicado buscou entender a origem da receita desses veículos que se caracterizaram como tradicionais, onde todos que assim se classificaram apontaram que o financiamento vem majoritariamente da publicidade tradicional. Além disso, também foi levantado a quantidade de jornalistas que compunham a equipe dos veículos, os resultados obtidos alcançaram um número de cento e trinta e três profissionais entre aqueles veículos, gerando uma média de dezenove jornalistas por veículo que realizou o questionário. É preciso acrescentar que todos os profissionais que responderam a esta pesquisa, afirmando que seu serviço laboral está ligado a este recorte de mídia hegemônica, são portadores de diploma.

A pesquisa apontou também que esses veículos têm como principal produto jornalístico a produção de texto/reportagem. Por fim, foi percebido que a editoria de cidades possui maior produção de material jornalístico entre os autodeclarados como veículos de mídia tradicional, seguida por política, cultura e economia. Além desses temas também foram citados direitos humanos e polícia, na mesma quantidade, e meio ambiente e esporte, também na mesma proporção.

Considerações finais

A partir da análise quantitativa e qualitativa realizada no estudo verificou-se no total 17 veículos que se intitulam como independente em Alagoas, essa contagem leva em consideração os meios de comunicação que responderam o formulário online da pesquisa e a forma como eles se identificam, o que indica que existem meios no estado para além desse número. Nos últimos anos, constata-se o surgimento de novos veículos independentes que visam trazer um novo modelo de comunicação para a mídia alagoana, como a TV Liberdade AL e Revista Alagoana em 2019 e os Olhos Jornalismo em 2020, essas recentes iniciativas jornalísticas podem ser justificada pela precariedade da grande mídia alagoana, sobretudo ocasionadas pelas demissões em massa de jornalistas, além da insatisfação dos profissionais com a cobertura e produção do conteúdo desenvolvidos pelos veículos tradicionais.

O principal ponto em comum dessas mídias investigadas é o fato de todas estarem presentes no ciberespaço, que se configura nesse ambiente digital propício para veiculação de diversos conteúdos. Sendo assim, é perceptível que as novas tecnologias

da informação têm um papel importante nesse crescimento das iniciativas independentes, pois oferecem um meio prático e acessível para que jornalistas desenvolvam suas atividades livre do controle dos grandes grupos de mídia que consequentemente possuem relação e compromissos com grupos políticos, anunciantes e instituições governamentais.

Majoritariamente os profissionais desses veículos são portadores de um diploma jornalístico e estão há anos no mercado da comunicação, revelando que os jornalistas enxergam na mídia independente um caminho para levar informações sérias, relevantes e com credibilidade para o público. Esses dados reforçam que o jornalismo independente é produzido principalmente por indivíduos com formação na área, sendo um fator para desmistificar a noção popular de que este tipo de jornalismo está relacionado diretamente com o amadorismo.

O emergente trabalho do veículos de mídia independente contribui com a evidenciação da realidade do mercado de trabalho em Alagoas e da constante desvalorização do profissional, uma vez que existe um grande número de jornalistas para poucas oportunidades dentro das empresas de comunicação do estado, o que tende a precarizar a atividade

Além disso, durante esta primeira etapa da pesquisa foi possível observar e reafirmar como a mídia tradicional mantém a lógica de produção de mercado, havendo poucas mudanças, sendo a principal, a notória migração do formato de jornal impresso para as plataformas digitais, fato que vem ocorrendo em todo o estado. Esse novo modelo de se fazer jornalismo acelerou o volume de produção de pautas, gerando uma necessidade de manter as plataformas em constante atualização, isso ocasiona uma repetição de conteúdo, sob a mesma perspectiva, entre as diferentes empresas.

O jornalismo independente em Alagoas desponta como uma nova alternativa para a produção de conteúdo, trazendo uma nova roupagem a um sistema de informação que perpetuou e destinou o noticiamento dos fatos a uma pequena oligarquia da comunicação. A mídia independente vem se consolidando no estado, o que reflete nesse aumento no número de veículos, sendo assim, consequentemente ela cumpre o papel de apresentar novos ângulos acerca do trabalho jornalístico e seus resultados.

REFERÊNCIAS

ASSIS, E. et al. Autonomia, ativismo e colaboração: contribuições para o debate sobre a mídia independente contemporânea. **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**. Ponta Grossa, v.4, n.1, p.3-20, jan./jun. 2017. Disponível em:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6124741.pdf>. Acesso em: 12 mai. 2022.

BASTOS, M.D.; FUSARO, W. C. “O jornal burguês consegue fazer-se pagar pela própria classe trabalhadora que ele combate sempre”: financiamento e independência de classe no jornalismo segundo Lenin e Gramsci1. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 41, 2018, Joinville, SC. **Anais...** Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2018/resumos/R13-1377-1.pdf>. Acesso em: 24 mai. 2022.

COÊLHO, T. F. et. Al. Mapeamentos iniciais do jornalismo digital independente em Mato Grosso: uma análise de autodescrições de sites. **Revista Alterjor**, São Paulo, v.2, n.22, p.357-374, jul./ dez. 2020. Disponível em:

<https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/170074>. Acesso em: 18 mai. 2022.

FREITAS, A. H. Reflexões sobre a pesquisa acadêmica: revisão bibliográfica, vivência e conhecimento. **Palíndromo**, Florianópolis, v. 8, n. 15, p. 074-082, 2016. Disponível em:

<https://www.revistas.udesc.br/index.php/palindromo/article/view/7990>. Acesso em: 9 jun. 2022.

FILHO, F. F.; MOLIANI, J. A.; FIGARO, R. Narratividade e autoria na pesquisa de comunicação alternativa no Brasil. **MATRIZES**, São Paulo, v.12, n. 3, p.143-163, set./dez. 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/140618>. Acesso em: 7 mai. 2022.

GUIMARÃES, C. Comunicação Alternativa a quê? Notas sobre contra-hegemonia no campo da comunicação. In: Encontro Anual da Compós, 26, 2017, São Paulo, SP. **Anais...** Disponível em: <https://proceedings.science/compos-2017/papers/comunicacao-alternativa-a-que--notas-sobre-co-nt-ra-hegemonia-no-campo-da-comunicacao?lang=pt-br>. Acesso em: 16 abr. 2022.

OLIVEIRA, D. Jornalismo alternativo, o utopismo iconoclasta. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 7, 2009, São Paulo, SP. **Anais...** Disponível em:

<https://dennisdeoliveira.files.wordpress.com/2017/08/358462363-jornalismo-alternativo-o-utopismo-iconoclasta-pdf.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2022.

PATRÍCIO, E.; SILVA, N. R. Territorialidade e ethos em iniciativas de jornalismo independente do Nordeste. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, FIAM-FAAM / Anhembi Morumbi, 16, 2018, São Paulo, SP. **Anais...** Disponível em:

<https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/4851>. Acesso em: 13 de mai. 2022.

RAMALHO, R.; MAIA, K.; GRADIM, A. Midiativismo e mídia alternativa: congruências e particularidades no contexto das tecnologias da informação e comunicação. **Revista E-compós**, Brasília, v.24, p.1-21, jan-dez. 2021. Disponível em:
<https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2345/2044>. Acesso em: 15 mai. 2022.

SARMENTO, P. B.; GENTILLI, V. I. A Pesquisa sobre Jornalismo Alternativo na Perspectiva Latino-Americana: breve revisão de literatura. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 24, 2019, Vitória, ES. **Anais...** Disponível em:
<https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2019/resumos/R68-0185-1.pdf> Acesso em: 18 abr. 2022