

## Diário do Centro do Mundo: Uma possibilidade de mídia alternativa na internet?<sup>1</sup>

Amanda Aparecida de Oliveira<sup>2</sup>  
Ivete Cardoso do Carmo-Roldão<sup>3</sup>  
Pontifícia Universidade Católica de Campinas

### Resumo

Este estudo tem o objetivo de mostrar as particularidades no modo de organização e projeto editorial do site Diário do Centro do Mundo, para compreender em que medida ele pode ser considerado uma nova proposta de jornalismo alternativo na internet. Busca-se indicar como se dá a organização da redação; apontar as características principais da linha editorial e sistematizar como são selecionados os assuntos enfocados. A metodologia utilizada foi composta pela revisão bibliográfica, análise descritiva do site e análise de conteúdo de uma série de reportagens, além de entrevista semiaberta com o editor-adjunto. Os resultados apontaram que, com uma pequena estrutura, o site possui características que o aproximam da imprensa alternativa, mas identifica algumas questões consideradas contraditórias do jornalismo praticado pelo DCM, que são discutidas na análise.

**Palavras-chave:** Diário do Centro do Mundo; mídia alternativa; internet; contra hegemonia; jornalismo.

Criado em janeiro de 2013, o Diário do Centro do Mundo é um portal noticioso com a proposta de realizar uma filtragem e resumo das notícias mais importantes do dia e postar *links* para matérias da imprensa nacional e internacional, juntamente com análises e textos opinativos dos jornalistas.

O escolhemos como objeto desta pesquisa buscando verificar suas características para compreender se ele pode ser considerado uma nova proposta de mídia alternativa na internet. O objetivo é demonstrar como se dá a organização e estrutura da redação, apontando as características que norteiam a linha editorial e sistematizando como são selecionados os assuntos que são enfocados no site, além de mostrar como se dá a construção de uma série de reportagens produzida através da ferramenta de *Crowdfunding*<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 07 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 17 a 19 de junho de 2016. Este estudo é fruto da monografia de mesmo nome, elaborada pelo grupo composto pelos alunos Amanda Aparecida de Oliveira, Samuel Henrique Garbuio, Victor Hugo Buzatto, Vitor Santos e Vitor Sanvido Apolinario e realizada na disciplina de Metodologia da Pesquisa em Jornalismo, presente na grade curricular da Pontifícia Universidade Católica de Campinas.

<sup>2</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo, na PUC-Campinas.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho é doutorada em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Docente da disciplina Metodologia da Pesquisa Aplicada em Jornalismo.

<sup>4</sup> *Crowdfunding* é um modo de arrecadação de verba através da internet. Funciona por meio de doações de interessados em um determinado assunto.

A partir de revisão bibliográfica, realizamos uma análise descritiva da arquitetura do site; produzimos também a análise de conteúdo de cinco reportagens da série Sabesp; e para complementar as informações, utilizamos o recurso da entrevista semiaberta com o diretor adjunto do site, Kiko Nogueira.

### **Discussão conceitual**

O termo ‘alternativo’ já indica seu sentido de ‘outro’: uma opção de expressão e veiculação de conteúdo que se distancia do enfoque dado pela chamada grande imprensa. Para Peruzzo (2009), na atualidade, o uso do termo para qualificar uma modalidade de comunicação é mais complicado, porque seu significado, diante das diferentes práticas, não é unívoco.

Ele tanto pode se referir a jornais e outros canais comunicativos independentes – orgânicos ou não, a movimentos sociais e organizações congêneres – como a publicações alternativas elaboradas por segmentos da pequena burguesia e vendidas em bancas, ou à comunicação popular e comunitária, propriamente dita, e ainda àquela produzida por segmentos combativos da oposição sindical. (PERUZZO, 2009, p. 133).

Peruzzo (2008) define que ‘Comunicação popular, alternativa e comunitária’ são constituídas por iniciativas populares no âmbito local, de bairros, comunidades (presenciais ou virtuais), dentro de um contexto de movimento social e organização civil que não visa lucros. A autora aponta que nos últimos anos têm surgido diversas experiências comunicacionais comunitárias, encontradas em jornais, rádios e canais de TV a cabo, todos comunitários, e em ONGs que promovem projetos coletivos de desenvolvimento social por meio da comunicação.

A comunicação alternativa também vem sendo retomada, no entanto, Amorim (2007) explica que deve se pensar no uso do termo ‘Mídia Alternativa’ ao invés de ‘Imprensa Alternativa’, devido à possibilidade de inserir diversos objetos alternativos (com próprias linguagem e histórias num contexto de época), mas sempre propondo uma possibilidade de mudança, seja ela política, social, econômica, cultural ou ideológica.

Para Roldão (2014) o jornalismo alternativo ganha na atualidade uma nova expressão, vinda de “iniciativas de jornalistas que têm como objetivo o que podemos classificar como a construção de um pensamento contra-hegemônico”, com um papel de relatar os temas esquecidos pela grande mídia.

Não se trata apenas e tão somente de defesa dos valores da democracia institucional, mas de uma atitude radicalmente democrática, que passa pela abertura dos espaços midiáticos a todos os segmentos sociais,

rompendo com o cerco da agenda de fontes oficiais; pela plena referência na produção das informações no sujeito-cidadão e não no sujeito-consumidor (OLIVEIRA, 2009 apud, ROLDÃO, 2014, p. 8)

A mídia alternativa cumpre, assim, um caráter contra- hegemônico, já que, segundo Gruppi (1978) apud Moraes (2010), uma classe que se torna hegemônica se articula de modo a não deixar as forças heterogênicas eclodirem para contestar o poder, enfraquecendo sua ideologia. Ainda observando a ótica de Moraes (2010), a hegemonia pode ser entendida como dominação por consentimento, ou seja, o poder está centralizado nas mãos de uma classe dominante e essa distribuição é aceita por todos.

Segundo Possebon e Nogueira (2010), a hegemonia é cultivada na sociedade civil, porém, legitimada pelo poder midiático, que é instrumento de manutenção e aceitação do modelo social vigente, pautada pelo capital e controlada, no Brasil, por pequenos grupos de caráter familiar.

De acordo com Góes (2006), nesse cenário é fundamental o desenvolvimento de uma comunicação alternativa, trazendo maior pluralidade ao espectro midiático, em que os valores precisam ser ressignificados para construir uma nova visão de mundo, capaz de alterar a estrutura social e apresentar um panorama mais igualitário para as esferas menos favorecidas da sociedade. A contra hegemonia não se baseia apenas em contestar o poder vigente, mas também, como contextualiza Formiga (2009), busca o enfrentamento com o contexto hegemônico promovendo os valores de uma sociedade em que uma classe não se sobreponha sobre todo o conjunto cívico.

Um dos instrumentos para propagar o pensamento contra-hegemônico é a comunicação alternativa, que traz a possibilidade de debater assuntos que não estão em pauta na mídia tradicional ou que não permitem a pluralidade de vozes para construir um debate na esfera pública. Autores como Possebon e Nogueira afirmam que a comunicação alternativa é um meio de desenvolvimento e de despertar a cidadania de forma geral. Quanto maior a quantidade e o conteúdo da informação contra-hegemônica, maior seria a possibilidade de inserir o cidadão aos seus direitos e deveres, permitindo-o ser atuante na esfera pública.

O advento da internet em meados da década de 1990 trouxe a possibilidade, segundo Roldão (2014), da fusão de diversos conteúdos e plataformas através da convergência digital. Isso permite a união dos textos impressos com as experiências audiovisuais em uma única plataforma.

A mídia alternativa se apropria das plataformas digitais atraídas pelas características da rede: “Pelo seu baixo custo, facilidade de operacionalização e poder de distribuição, os

movimentos sociais podem defender na Web suas ideias e denunciar as mazelas da sociedade nacional e transnacional” (CASTELLS, 2001, apud. GOÉS, 2006, p.7). A defesa de ideias e a luta por interesses comuns demonstram uma das principais características da comunicação alternativa na Web, o ciberativismo.

A partir da incorporação da internet, os ativistas expandem suas atividades tradicionais e/ou desenvolvem outras. A utilização da rede por parte desses grupos visa, dentre outras coisas, poder difundir informações e reivindicações sem mediação, com o objetivo de buscar apoio e mobilização para uma causa (RIGITANO, 2003, p. 3).

Moraes (2010, p. 2) afirma que “os usuários têm a chance de atuar, simultaneamente, como produtores, emissores e receptores, dependendo de lastros culturais e habilidades técnicas”. Dessa forma, a rede permite trabalhos colaborativos de acordo com afinidades, ideologias e temas de interesse comum entre os integrantes.

De acordo com Castells (2001) apud Góes (2006) a internet fornece a base material que permite aos movimentos sociais o engajamento na produção de uma nova sociedade, transformando por sua vez a própria Internet, que de uma ferramenta de organização das empresas, torna-se um instrumento de transformação social. Ao inverter a lógica de produção centrada num emissor e dirigida a todos (um-todos) para aquela em que todos podem se tornar emissores e serem vistos/ouvidos por todos (todos-todos), amplia as possibilidades comunicativas e de participação social.

Segundo Peruzzo (2008), entre as características atuais da comunicação alternativa na internet está a diversidade de perspectivas político-editoriais. Muitos exemplos contradizem a grande imprensa com seus enfoques críticos que visam contestar a política e educar ou mesmo promover maior espaço para a valorização de conteúdos literários e artísticos, e a agregação de formas inovadoras de comunicação. Para Peruzzo (2008, p.13),

[...] há algo inovador no campo da comunicação comunitária e alternativa, especialmente, a jornalística. É a possibilidade real de qualquer cidadão se tornar ‘jornalista’. Trata-se da prática de um ‘jornalismo cidadão’ e de fontes abertas (*open source*) que derruba a figura do *gatekeeper* e incentiva a participação ativa das pessoas no fazer comunicacional.

A participação ativa dos internautas pode ser observada na interação deles com as notícias e os produtores das notícias, por meio dos comentários abaixo das matérias publicadas ou mesmo na ação prática de contribuir financeiramente com o meio de comunicação para que seus jornalistas possam produzir determinados conteúdos, como acontece com o Diário do Centro do Mundo, que se utiliza de financiamento coletivo para coberturas especiais, como a reportagem sobre a Sabesp, por exemplo.

## Diário do Centro do Mundo

De acordo com o mídia kit<sup>5</sup> disponibilizado online, o Diário do Centro do Mundo é um site de análises e notícias, apartidário e independente. Hospedado no provedor de internet do IG, faz a filtragem e um resumo dos fatos mais importantes do dia nas editorias de Política, Brasil, Mundo, Mídia, Comportamento, Cultura, Economia, Esporte e Sustentabilidade, além de dar *links* para matérias que saíram nas imprensas brasileiras e mundiais, publicando análises e opiniões dos jornalistas e colaboradores que participam do mesmo.

Segundo Kiko Nogueira (2015)<sup>6</sup>, janeiro de 2013 marcava o início efetivo do site com esse formato que incluía ‘O Essencial’, que são as 10 notícias do dia. Esse formato consolidou a fórmula do DCM que são as notícias mais urgentes do dia e as nossas análises ao lado. O editor-adjunto ainda explica que o DCM possui uma parceria com o IG desde outubro de 2014. Nesta parceria, o provedor assume o custo dos servidores e paga 50% das propagandas no espaço do site e a outra metade é inteiramente de responsabilidade e lucro do DCM.

O modelo é baseado no dos sites *Daily Beast* e *USA Today*<sup>7</sup>, que apresentam notícias quentes, alguns resumos e *links* para as matérias. O design foi projetado a partir da customização e da adaptação de um template<sup>8</sup> comprado do *Wordpress*<sup>9</sup>, chegando ao resultado de disponibilizar 10 ou mais notícias quentes (dependendo da demanda do dia), com um breve resumo, os *links* dos sites e mais as análises dos editores e colaboradores.

A linha editorial do DCM se pauta por reproduções de grandes portais noticiosos, assim como resenhas críticas de seus colaboradores, e matérias apuradas pelo próprio site. É importante ressaltar que o site utiliza-se de notícias da grande imprensa, mas somente o que o editor chama de notícias *commodities*, isentas de viés ideológico.

Segundo Kiko Nogueira, o DCM segue o jornalismo independente, dentro de uma proposta que eles chamam de modelo escandinavo de sociedade<sup>10</sup>, para uma sociedade mais igualitária, uma social democracia que funcione, com direitos aos cidadãos. Para isso, a

<sup>5</sup> O mídia kit está disponibilizado no rodapé do site: <http://www.diariodocentrodomundo.com.br>

<sup>6</sup> Entrevista com Kiko Nogueira, editor-adjunto do site, ao grupo. Realizada em 02 de junho de 2015. Todas as citações deste nome referem-se a mesma entrevista.

<sup>7</sup> *Daily Beast* e *USA Today* são sites noticiosos norte americanos, que serviram de inspiração para o formato e o modelo do DCM.

<sup>8</sup> O template é, em sua tradução, o modelo padrão. Neste caso, o DCM comprou o modelo pronto do Wordpress e o customizou conforme queria e/ou precisava.

<sup>9</sup> É uma ferramenta em HTML 5 que permite a criação e o gerenciamento de domínios virtuais.

<sup>10</sup> O modelo escandinavo de sociedade se baseia na social democracia empregada na Dinamarca, Suécia, Finlândia, Noruega e Islândia, o que resulta a esses países um alto índice de desenvolvimento humano (IDH).

linha editorial do site é chamada pelo editor de “jornalismo combativo”, com objetivo de não deixar crescer uma direita “agressiva”, “odiosa”, que trabalha contra aquilo que o site defende.

De acordo com o mídia kit do site, 40% dos leitores são qualificados em pós-graduados, mestrandos e doutorandos, 42% (a maioria) têm ensino superior completo, 17% têm o ensino médio completo, seguidos por 1% com ensino básico completo, sem nenhuma aparição de leitores com ensino básico incompleto. O público abrange leitores de 15 anos à acima de 55 anos, sendo sua principal faixa pessoas de 25 a 34 anos (apontadas em 29% do total).

O site prova seu crescimento não apenas em números e porcentagens, mas também pelo prestígio por ser citado em sites mundialmente reconhecidos como *The New York Times* e *Global Voices Advocacy*<sup>11</sup>.

O DCM também é adepto do *Crowdfunding* para projetos específicos. Qualquer um pode contribuir para uma campanha que tenha um objetivo estabelecido e, ao alcançar esse objetivo, é iniciada a produção. Ao todo, até a conclusão desta pesquisa, foram quatro projetos: “O Helicóptero de 50 milhões de Reais”, “Globo”, “Sabesp”<sup>12</sup> e “A Vida Real na Escandinávia”. De acordo com o editor, eles apresentam:

Uma visão alternativa ao status quo, à posição da mídia, que está sempre do lado do poder econômico. A gente acredita em dar a outra notícia que você não lê por aí, então não é a questão de defender o governo, assim, é questão de você também se posicionar, até no ponto de vista de mercado. Por que vai ter mais um site falando do que toda a mídia fala? (NOGUEIRA, 2015).

O site pode ser considerado um modelo independente, amparado por um bom tipo de jornalismo, alternativo apenas em alguns quesitos: economicamente, dentro de um modelo de mercado já estabelecido e na questão de ser uma voz alternativa à mídia tradicional e ao discurso, principalmente político, que se vê das grandes corporações nas diversas mídias, diferente do que era o jornalismo alternativo na imprensa nanica que apresentava uma visão contra-hegemônica do Governo Militar, já que segundo Kucinski (1991) essa imprensa tinha como traço comum a oposição intransigente ao regime.

## O DCM nas redes sociais

<sup>11</sup> Reprodução de texto do DCM no site *The New York Times*, disponível em <<http://nyti.ms/1W1RFuO>> e reprodução no site *Global Voices Advocacy*, disponível em <<http://bit.ly/1QLrUGG>>

<sup>12</sup> Série de reportagens sobre acusações de má gestão da empresa pública de saneamento básico, Sabesp, que foi utilizada como base para a análise de conteúdo.

Atualmente, de acordo com Tomaél, Alcará e Di Chiara (2005), tendo em vista maior dinamismo, praticidade e rapidez, as redes sociais funcionam para compartilhamento de informação e conhecimento. Geralmente, são espaços virtuais que criam bases e geram informações relevantes para o setor em que atuam.

Nas redes sociais, cada indivíduo tem sua função e identidade cultural. Sua relação com outros indivíduos vai formando um todo coeso que representa a rede. De acordo com a temática da organização da rede, é possível a formação de configurações diferenciadas e mutantes. (TOMAÉL, ALCARÁ e DI CHIARA, 2005, p.93)

É nessa realidade que está inserido o site Diário do Centro do Mundo. Além de hospedado no portal do IG, o site marca presença nas redes sociais, garantindo maior divulgação de seu trabalho. Presente no *Twitter* desde 2009, o perfil conta com 16,9 mil seguidores e 27,3 mil *tweets*. No *Facebook*, presente desde maio de 2012, conta com 135 mil curtidas e mais de 90% dos seguidores, curtem, comentam e compartilham posts do DCM, que consistem em pequenas chamadas com fotos. Neste caso, a rede é também utilizada como fonte de informação textual, configurando-se como uma via de duas mãos, pois serve tanto para abastecer o portal quanto para promovê-lo. Kiko Nogueira explica:

Desde o começo tem um leitor nosso ali que começou a se interessar pelo site e pelos debates, eu acho que é um comentarista de alto nível, não é o comentarista tipo de portal, não é o cara do “KKKK”, do riso, nada. E em geral, esse cara chama gente como ele, então, foi orgânico. (NOGUEIRA, 2015)

Dentro do próprio site há ainda um fórum na janela de cada reportagem ou matéria publicada com espaço para comentários, representando outro meio de interatividade com o público leitor, o qual possibilita discussões bem argumentadas e a abordagem de diferentes visões políticas e sociais. É neste espaço que se encontra o *link* ‘Conheça as Regras do Debate’, o qual apresenta regras para manter o alto nível dos debates promovidos pelo site. O site ainda participa de outras redes sociais, como o *Youtube* e o *RSS Feed*, mas apenas das duas citadas acima oferecem maior interação e retorno do público.

### **Análise descritiva**

A partir dos *prints* da *homepage* do Diário do Centro do Mundo duas vezes por dia, durante cinco dias – de segunda a sexta-feira, em dois períodos: à tarde (às 13h45) e à noite (às 20h45) – produzimos uma análise descritiva do portal.

Quando abrimos a *homepage* do DCM podemos observar uma barra do portal IG no topo da página com *links* para as últimas notícias e para as editorias de ‘Economia’,

‘Esporte’, ‘Gente’, ‘Delas’, ‘iGay’, ‘Deles’, ‘Entretenimento’, ‘Mais sites’, ‘Serviços’ e ‘IG Mail’. Ao lado da última editoria, há os logos do *Facebook*, *Twitter*, *Google Plus* e *Newsletter*.

Sob essa barra, ao canto esquerdo, está localizado o logotipo do DCM, composto pelo desenho de um globo em tons de vermelho em fundo preto e ao lado há um box de propagandas que mudam constantemente. Em baixo do logo há o ‘Essencial’, com a seleção das notícias mais importantes, em que os títulos passam como em um letreiro, da direita para a esquerda e as editorias do portal ao lado. Todo o site possui fundo branco.

Abaixo dessa seção fica localizada a manchete, composta por um olho em letras minúsculas e o título, de duas linhas ou mais, em caixa alta e letras em preto no fundo branco. Descendo mais um pouco, encontramos os destaques, com seus respectivos títulos sobre as fotos, colocadas lado a lado. São, ao todo, 10 notícias numa espécie de rolo, sendo possível ver cinco chamadas por vez.

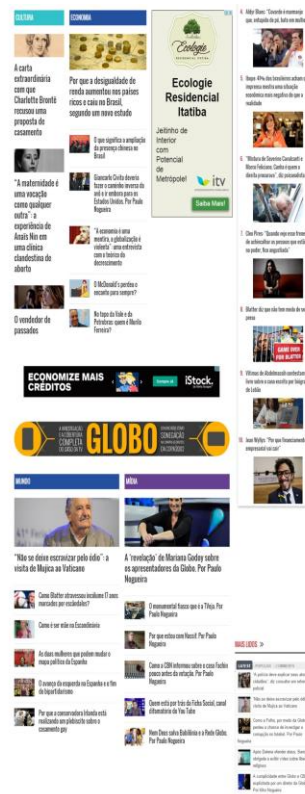
Mais para baixo há uma chamada para um dos projetos financiados pelo *Crowdfunding* chamado *A vida real na Escandinávia*. Depois estão localizadas três colunas de editorias diferentes: Sustentabilidade, com três chamadas com fotos; Política, com seis chamadas com fotos, sendo que a primeira é maior do que as demais e, o mesmo acontece com a editoria Brasil. Há ainda um vídeo publicitário no canto direito, na quarta coluna, e debaixo do vídeo, as chamadas do ‘Essencial’, com 10 tópicos e fotos em todas.

No meio da página, abaixo da editoria Sustentabilidade, está a Cultura, com três chamadas e fotos do mesmo tamanho; do lado direito encontra-se Economia, com seis chamadas, sendo que a segunda não possui foto e a primeira apresenta uma fotografia maior do que as demais.

Depois há uma chamada de forma retangular para uma série de reportagens sobre a TV Globo, seguido por duas colunas das editorias ‘Mundo’ e ‘Mídia’, ambas com seis chamadas e foto maior nas primeiras de cada e pequenas nas demais.

Debaixo dessas duas editorias há outra chamada retangular para outro projeto de financiamento coletivo, do helicóptero de 50 milhões de reais. Sob isso, um *player* do *Youtube* mostra os vídeos do dia. No fim da página, outras duas editorias: ‘Comportamento’, com sete chamadas, todas com fotos (a primeira maior) e a última, ‘Esporte’, com outras sete chamadas, porém todas com fotos grandes. Exemplo:





Através dos *prints* pôde-se perceber que na seção ‘Destaques’, há predominância de textos próprios, principalmente artigos de opinião, ora mantendo, ora variando sutilmente os números entre os períodos da tarde e da noite. ‘O Essencial’ é a seção que apresenta maior interatividade com o público, apresentando sempre a soma de mais de 200 comentários na coluna, número que varia entre tarde e noite. Nesta seção, também há maior presença de reproduções, em comparação aos outros gêneros, sendo que foi observado na segunda-feira e terça-feira à noite e na sexta à tarde que todas as postagens do ‘Essencial’ eram reproduções. As ‘Mais Lidas’ se caracterizam por apresentar sempre um vídeo entre as cinco que o site seleciona. O restante é composto por artigos e reproduções. Observou-se também que o site atualiza a seção dos Destaques e dos Vídeos do Dia, duas vezes ao dia, nos períodos analisados.

Na análise de ‘Manchetes’, ‘Destaques’ e ‘O Essencial’, realizada durante o período da pesquisa, foi possível observar que é comum no site críticas à chamada grande imprensa, como por exemplo, na manchete de 2ª. feira, 02 de junho “Como fica a Globo se Ricardo Teixeira falar numa delação premiada” ou na manchete de 5ª. feira, 04 de junho “A editora Abril agoniza em praça pública”.

Percebe-se também um grande número de notícias sobre política, no entanto a maioria não é produzida pelo DCM e sim, extraída de outros veículos de comunicação que

tem a linha editorial de acordo com os princípios do site, ou mesmo de redes sociais de políticos ou ativistas.

Outro ponto que merece destaque é que a produção do DCM é prioritariamente de artigos opinativos dos editores ou de seus articulistas. O espaço para a produção de reportagens se faz presente em séries produzidas por financiamento coletivo, como poderá ser visto a seguir.

### **Análise de conteúdo**

Após a análise descritiva, foi realizada a análise de conteúdo de três reportagens<sup>13</sup> de uma série produzida pelo Diário do Centro do Mundo a partir do projeto de financiamento coletivo *Crowdfunding*. As reportagens do chamado ‘caso Sabesp’ tratam da crise hídrica enfrentada pelas cidades abastecidas pelo sistema Cantareira, da gestão da empresa pelo Governo Estadual, desvios de verba e, principalmente, do papel do governador Geraldo Alckmin quanto às medidas adotadas. O editor-adjunto caracterizou essa série como um “dossiê”, no sentido de ser uma investigação sobre a empresa de capital misto Sabesp, responsável pelo fornecimento de água, coleta e tratamento de esgotos de 364 municípios do Estado de São Paulo.

Foram selecionados os seguintes termos para serem averiguados em todas as reportagens analisadas: Sabesp, Governo Alckmin, crise hídrica, gestão, desvio/corrupção, e imprensa. Também analisamos as conjecturas feitas pelos jornalistas que redigiram os textos observados.

Pode-se apreender que, em relação ao uso das fontes, a série apresenta um padrão nas três reportagens analisadas, com algumas singularidades em cada uma delas. Depreende-se que o site se utiliza de pronunciamentos ou documentos oficiais para embasar o ponto de vista defendido pelo DCM, como visto na terceira reportagem, na qual as declarações de Paulo Massaro, diretor metropolitano da Sabesp, são usadas para contextualizar a imagem de má administração.

Os recursos de entrevista são usados com pouca frequência e, quando trazidos ao texto também são de fontes que corroboram com a visão defendida pelo portal, como na segunda reportagem, em que o jornalista Afonso Capelas Jr. só ouve Marcia Hirota, diretora

---

13 As reportagens analisadas foram: “EXCLUSIVO: Ministério Público investiga “máfia” do vazamento de água da Sabesp”, “Por que obras faraônicas não resolvem o problema do abastecimento de água em São Paulo” e “Caos social: a história real por trás da ocupação do exército na Sabesp”. Disponíveis em <<http://bit.ly/1TeAsHD>>

executiva da ONG *S.O.S Mata Atlântica*, que confirma o ponto de vista do jornalista. É também usado o recurso de entrevistas com fontes não reveladas que fazem denúncia contra a gestão da Sabesp e da máquina pública paulista.

Através da análise das referências a Sabesp, constatamos que o DCM tem uma oposição e duras críticas ao modelo em que a empresa está inserida. Nas reportagens observadas, foram feitos julgamentos negativos ao modelo de obras proposto pela empresa, como nas críticas pela empresa propor obras “faraônicas” e “megalomaniacas” em detrimento de cuidar da mata atlântica, o que aumentaria, de acordo com a segunda reportagem, o volume dos reservatórios e, de certa maneira, evitaria a crise hídrica.

Os jornalistas que redigiram as reportagens também associaram a Sabesp à massa de manobra do Governo de Estado de São Paulo, na gestão de Geraldo Alckmin. Esse padrão é observado principalmente na última reportagem, em que o jornalista Pedro Zambarda de Araújo afirma que as decisões tomadas pela empresa em despressurizar o encanamento de água evitaram o racionamento, o que comprometeria a eleição do governador em primeiro turno, em detrimento da qualidade da água e das perdas nas tubulações.

Por fim, a Sabesp é alvo de denúncias, feitas de forma anônima, contra a sua gestão e em relações, segundo o portal, promíscuas com a máquina pública, como observado na primeira reportagem, em que são tratadas denúncias de um ex-funcionário da Sabesp sobre licitações fraudulentas praticadas pela empresa.

Assim, podemos concluir que o Diário do Centro do Mundo posiciona-se com críticas abertas e duras ao governo de Gerado Alckmin. Em relação à Sabesp, pode-se observar que a posição do DCM é de denúncia e críticas veementes em quase todos os sentidos os ramos da empresa. A crise hídrica é utilizada para embasar as críticas a Sabesp e ao governo de São Paulo assim como para contextualizar a situação de abastecimento do estado. Há uma tendência em associar a gestão da Sabesp e do Governo do estado de São Paulo a atitudes tomadas de forma equivocadas e relacioná-las com os desvios presentes na esfera pública paulista. A imprensa é tratada pelo DCM como “massa de manobra” de ações da Sabesp, já que segundo o portal, a mídia tradicional não deu a importância necessária às denúncias.

Um problema encontrado em todas as reportagens foi o uso de conjecturas por parte do repórter. Essa característica vai contra o que o editor adjunto, Kiko Nogueira, afirmou em entrevista, de que o DCM prezava pelo bom jornalismo, repudiando publicações como

Época e Veja. Porém, em sua série de reportagens da Sabesp, o portal utiliza-se da mesma técnica das revistas criticadas por Nogueira.

Após a análise de conteúdo foi possível observar que os temas abordados na série de reportagens sobre a Sabesp seguem a linha editorial descrita no próprio site. Porém, a forma como foram construídas as reportagens não nos remetem a um jornalismo alternativo no sentido de ampliar as vozes, trazer noções de cidadania. Ao invés disso, podemos perceber um jornalismo em que as informações não ficam expostas de maneira clara, com denúncias anônimas, sem entrevistar o outro lado e com muita opinião do próprio site embutida no texto.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

É possível caracterizar o site como um jornalismo alternativo no sentido de ir à contramão da chamada mídia tradicional, principalmente pelo enfoque dado nos artigos e na própria série de reportagens da Sabesp. O portal se utiliza dos grandes veículos através de reproduções das notícias para mostrar aquilo que considera essencial para o público, algumas vezes mostrando um contraponto e fazendo críticas ao jornalismo praticado pelas mesmas. Segundo Abramo (1988), essa é uma das características do jornalismo alternativo.

Diferentemente do período da Ditadura Militar, a contra hegemonia praticada pelo site dá-se contra a mídia e o governo Estadual, e não contra o governo Federal, uma vez que o governo vigente é o grande alvo das maiores publicações do país. Entretanto, em relação ao jornalismo praticado pelo site, o próprio editor adjunto do site, Kiko Nogueira, disse que se considera alternativo apenas na estrutura organizacional, por não ter amarras para a produção e, devido a isso, distancia-se do modelo tradicional das grandes corporações.

A linha editorial, que pode ser vista no próprio portal, na parte em que descreve seu lema, é reforçada por Kiko Nogueira: pautada pelo modelo escandinavo de social democracia visando um sistema mais igualitário, e que busca produzir conteúdo jornalístico crítico e combativo àquela direita que se apresenta de forma odiosa e agressiva. Foi possível perceber que a política é o assunto mais abordado pelo site, bem como as críticas aos veículos de mídia tradicional.

Através da análise de conteúdo viu-se que os assuntos escolhidos para produções de reportagens próprias são aqueles que não estão em pauta na mídia tradicional. A série sobre a Sabesp faz uma crítica da administração do Governador de São Paulo Geraldo Alckmin. As cinco matérias analisadas trazem termos e ideias que procuram fazer a denúncia sobre a má gestão e corrupção na empresa. Ainda, aprofundam questões como o problema de

abastecimento, a inversão das notícias sobre o Sistema Cantareira para favorecer Alckmin, documentos que provam que a Sabesp adiou o anúncio de crise hídrica, rodízio, contaminação da água, corrupção da Sabesp e a comparação com o escândalo da estatal Petrobrás.

Desse modo, foi cumprido o objetivo de demonstrar as particularidades no modo de organização e projeto editorial do Diário do Centro do Mundo, compreendendo que, ao mesmo tempo em que se caracteriza como uma nova experiência de jornalismo alternativo, apresenta características negativas na forma de construção das reportagens, da mesma forma que a chamada grande imprensa que o site critica.

Assim, o trabalho levantou também algumas percepções e questionamentos sobre: o quão complexa são as relações existentes no fazer jornalístico, seja ele alternativo ou não; sobre questões que estão presentes, e se deveriam estar ou não, na produção de notícias do DCM, que dizem respeito a ideologias, crenças, posicionamento político ou interesses. Questionamentos estes que podem nortear e ser explorados futuramente em um novo projeto de pesquisa sobre o Diário do Centro do Mundo.

## REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. **Imprensa Alternativa: alcance e limites**. Revista Tempo e Presença, nº 233, agosto de 1988. Boletim Periscópio Internacional. Disponível em: <http://novo.fpabramo.org.br/content/imprensa-alternativa-alcances-e-limites>

AMORIM, Célia Regina T. C. **Imprensa/Mídia Alternativa: uma reflexão sobre o tema**. In V Congresso Nacional de História da Mídia. São Paulo, 2007. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/5o-encontro-2007-1/ImprensaMidia%20Alternativa%20Uma%20reflexao%20sobre%20o%20tema.pdf>

FORMIGA, Heron. **Minorias, manifestações e mídia: a hora de dizer o dizível**. In Mídia Alter{n}ativa: estratégias e desafios para a comunicação hegemônica, pp. 159-177. Ilhéus, BA: Editus, 2009.

GÓES, Laércio P. Torres de. **A mídia alternativa dos movimentos sociais na Web**. In I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política. Universidade Federal da Bahia. Salvador-BA, 2006. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2006\\_La%C3%A9rcio\\_A%20m%C3%ADdia%20alternativa%20dos%20movimentos%20sociais%20na%20Web.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2006_La%C3%A9rcio_A%20m%C3%ADdia%20alternativa%20dos%20movimentos%20sociais%20na%20Web.pdf)

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

MORAES, Dênis de. **Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci.** In Revista Debates, Porto Alegre-RS, v.4, n.1, pp. 54-77, janeiro – junho, 2010. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/debates/article/viewFile/12420/8298>

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço.** In Revista Galáxia, n 17, pp. 131-146 (2009), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo. Disponível em: <http://revistas.univerciencia.org/index.php/galaxia/article/view/6711/6067>

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações no setor.** In Revista Palavra Clave, Vol 11, n 2, pp. 367-379 (2008), Universidad de La Sabana. Colombia. Disponível em: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1503/1744>

PINHEIRO, M. G.; ALBERTINI, N. G. e VIEIRA, R. F. **Do Impresso Ao Digital Sem Fronteiras. Caminhos de Uma Mídia Alternativa: O Jornal “Século XXI” de Nova Friburgo/RJ.** In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciência e Comunicação – Intercom, Recife, PE, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-0856-1.pdf>

POSSEBON, A. e NOGUEIRA, S. **Comunicação e Cidadania: Diálogo Necessário.** In XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Caxias do Sul, RS, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1162-1.pdf>

RIGITANO, Eugênia. **Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente.** In I Seminário Interno do Grupo de Pesquisa em Cibercidades, FACOM-UFBA. Outubro de 2003. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/rigitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf>

ROLDÃO, Carlos Gilberto. **Mídia e movimentos sociais: o novo locus do jornalismo alternativo.** In XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Foz do Iguaçu, PR, 2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1953-1.pdf>

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A.R. e DI CHIARA, I. G. **Das Redes Sociais à Inovação.** In Revista Ci. Inf., Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio/ago. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559>