

Mapa Exploratório do Jornalismo Digital Independente no Brasil¹

Gabriel Araujo Pujol MARTINEZ²

Marco BONITO³

Unipampa, São Borja, RS

RESUMO

A pesquisa consiste em analisar a localização do jornalismo independente no Brasil. Para tal objetivo, foi utilizado o repositório feito pela “Agência Pública” que mapeou mais de cem meios de jornalismo independente digital do país. Com isso, a pesquisa exploratória foi feita baseada na metodologia desenvolvida pelas autoras Lakatos e Marconi. Já a análise, foi feita a partir da obra do autor Marcos Palácios, sobre Catalogação de Cibermeios, com o objetivo de analisar dados de todos os sites considerados independentes e ainda em atividade do repositório inicial. Além da localização também foram constatados os enfoques de conteúdo de cada site, além de questões técnicas, como dependência de outros meios e elementos multimídia utilizados. Concluiu-se com tal pesquisa, a importância de uma mídia alternativa para representatividade de parcelas da população brasileira, que não possuem espaço midiático em seus devidos lugares de fala. Também foi observada a liberdade que esses veículos possuem para expressar-se politicamente e servirem de contraponto para a situação política atual no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo independente; Análise de dados; Localização do jornalismo independente; Mapa exploratório.

1. INTRODUÇÃO

No presente trabalho, a intenção foi pesquisar o jornalismo digital independente no país. Como base, foi utilizado o levantamento feito pela agência digital de jornalismo investigativo “agência pública” de 2016, que tentou reunir os meios de jornalismo

¹ Trabalho apresentado na IJ 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Graduando do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa Campus São Borja. Email: gabriel.pujol.martinez@gmail.com

³ Orientador do Trabalho: Prof. Marco Bonito; Doutor em Processos Comunicacionais pela Unisinos e Mestre em Cultura Midiática pela UNIP, Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa - Unipampa, e-mail: marcobonito@unipampa.edu.br. Repositório científico: www.marcobonito.academia.edu. Redes sociais: @marcobonito.

independente do país para dá-los mais exposição e mapeá-los, o que é uma das maiores barreiras enfrentadas por idealizadores de meios deste tipo de jornalismo.

1.1. Questão Problema

A questão problema que norteia esse trabalho é: “onde se encontram os meios de jornalismo independente no Brasil?”. A partir dessa questão, foram analisados os meios de comunicação considerados pela “Agência Pública” como jornais independentes, foram selecionados os que ainda estavam em atividade e então tentar analisar qual o cenário do jornalismo independente atual.

Tal pesquisa está sendo desenvolvida como iniciação científica, sua importância está no levantamento inicial de dados, Portanto, só a divulgação desses dados já seria de suma importância para que esses meios pudessem ir ao encontro de mais consumidores de informações ou do público em geral.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

É de suma importância ressaltar o quanto essencial é a contextualização na pesquisa científica. Até porque, como explicado no livro Metodologias de pesquisa em comunicação, organizado por Jiani Bonin e Efendy Maldonado, ao contextualizar a pesquisa, é delimitada a faixa de tempo na qual ela pertence, além de contar muito sobre o próprio autor e suas perspectivas de mundo. Com isso deixa em aberto uma possível modificação nos resultados finais desta pesquisa com o passar do tempo e com pesquisas futuras. Ainda mais pelo fato de o presente trabalho ser o estágio inicial de uma pesquisa mais aprofundada.

Assim sendo, para iniciar a contextualização, é necessário ressaltar a importância da internet em facilitar a criação de espaços de comunicação, sejam eles interativos ou não. Portanto, a informação de qualquer viés ou abordagem está muito mais acessível do que quando só era disponibilizado ao público em geral as mídias tradicionais como rádio televisão e impresso. Logo, todos os nichos podem ser contemplados com um conteúdo digital especializado e ter muitas opções de escolha, criando assim, uma alternativa à mídia hegemônica. Essa mídia, cria seus conteúdos

com a intenção de atingir o maior público possível, tirando espaço de tópicos mais especializados que também são importantes para o consumidor de informação, porém não muito atraentes, por ser um pouco mais densos ou apenas desconhecidos.

Ao longo da pesquisa, poderá ser observado que uma significativa parte dos meios analisados possuem uma posição política bem definida, além de temáticas e abordagens que reforçam essa posição. Isso se deve à situação política atual do país, onde a polarização política se faz muito presente e o posicionamento à Esquerda ou à Direita é praticamente obrigatório. Esse cenário começa a ser construído em 2013, com as Marchas de Julho que marcaram os primeiros protestos prós e contra governo dessa nova era da política brasileira, que levaram ao impeachment da presidente Dilma Rousseff, dois anos após sua reeleição em 2014. Com a volta da “direita” ao poder, com Michel Temer logo após com o voto popular na eleição de Jair Bolsonaro, regado à polêmicas no período de eleições. Com todo esse “turbilhão” político que o Brasil enfrenta, a imprensa e principalmente, a imprensa independente, não poderia ficar sem se manifestar e expressar seus pensamentos. Por serem independentes, não têm de responder à grandes conglomerados de mídia respondentes à marcas patrocinadoras e seus vieses políticos, consequentemente, são mais livres para se expressarem politicamente. O que atrai o público por ser mais “humano” e definir uma posição. A partir disso, pode ser observado a ascensão de meios como o “Mídia Ninja” e “O Antagonista” que abordam política com uma posição bem definida.

Porém, ainda são muito poucos os meios de jornalismo independente conhecidos pelo grande público, muito porque a maioria desses meios não se permitem ter publicidade em seus conteúdos, com isso, dificulta-se a captação de recursos para divulgação e melhora de estrutura. Com essa pesquisa, a intenção é ter uma visão mais aprofundada sobre o que é feito de jornalismo digital de forma independente no país.

3. METODOLOGIA

3.1. Conceito do modelo metodológico

/Inicialmente, é válido conceituar o modelo metodológico utilizado nesta pesquisa. Como trata-se de coleta significativa de dados, fora utilizado a obra: “Fundamentos de metodologia científica” por Marina Marconi e Eva Lakatos, para definir a abordagem utilizada durante a pesquisa exploratória e também como coletar tais dados de maneira correta e benéfica para o bom andamento desta pesquisa. No livro, de uma forma didática, além de conceituar com considerável propriedade o que é metodologia, é dado um passo-a-passo para a realização de um processo metodológico adequado, assim como pode ser exemplificado no trecho:

A Metodologia Científica, mais do que uma disciplina, significa introduzir o discente no mundo dos procedimentos sistemáticos e racionais, base da formação tanto do estudioso quanto do profissional, pois ambos atuam, além da prática, no mundo das idéias. Podemos afirmar até: a prática nasce da concepção sobre o que deve ser realizado e qualquer tomada de decisão fundamenta-se naquilo que se afigura como o mais lógico, racional, eficiente e eficaz. (MARCONI E LAKATOS, 2003)

Logo, após considerar esse conceito de processo metodológico, buscou-se uma maneira de encontrar os meios de jornalismo independente no país para definir o processo metodológico a ser utilizado, além de poder levantar os dados necessários.

3.2. Tentativa e erro

A primeira opção, foi o “Atlas da Mídia”, que é um levantamento de dados do jornalismo de todo o país, porém a plataforma não possui uma ramificação dentre seus gráficos que identifique apenas aqueles meios considerados independentes. Isso tornaria a coleta de dados muito mais complexa, visto que teria de ser feita uma análise de cada meio, independente ou não, dentre aqueles colocados no “Atlas da Mídia”.

Portanto, uma segunda opção teria de ser encontrada para facilitar o andamento da pesquisa, e teria de ser um banco de dados onde estaria o maior número de meios jornalístico independente do Brasil, de fácil acesso para que a análise possa ser bem feita. Após uma pesquisa online por artigos relacionados ao tema, nos anais e arquivos do Intercom, SBPJor entre outros eventos, à procura de algum site que facilitasse no

angariamento de dados, onde não foi obtido sucesso, foi indicado em um fórum digital, um levantamento da “Agência Pública”, um site de jornalismo que por sua vez, decidiu-se criar um espaço para armazenar meios de jornalismo independente com o intuito de divulgar esses projetos, já que um dos maiores problemas dessa proposta de comunicação é a falta de recursos para difundir o conteúdo para um público mais massificado.

Na pesquisa da “Agência Pública”, havia aproximadamente 100 meios de jornalismo independente, aleatoriamente dispostos, sem uma organização simétrica, onde em cada ícone de cada meio, possui a possibilidade de abrir uma nova aba que contém: “Nome”, “origem”, “definição” e “como se mantém”, somado ao link do site para que o internauta possa visitar e conferir o conteúdo.

3.3. Catalogação/ Pesquisa exploratória

Logo, com esse banco de dados, ideal para a realização da análise, era o momento de definir o processo metodológico para a análise de dados de cada meio de jornalismo independente disposto no site. Como se tratava de uma pesquisa de análise de dados no âmbito digital, foi inevitável a utilização da obra: “Ferramentas para análise de qualidade no cibermeio” do autor Marcos Palácios, onde está implícito maneiras de se analisar um cibermeio, principalmente no capítulo: “Catalogação do cibermeios”, que serviu de base para as análises de cada site. As subdivisões definidas à partir das bases teóricas consultadas foram:

- “Nome do meio”;
- “Cidade/Estado”;
- “URL”⁴ ;
- “Contato” (para caso alguma dúvida surgisse e não pudesse ser solucionada pelo próprio site do meio);
- “Possui ligação com outros meios?” (EX: Youtube, Medium⁵, Uol, etc.);

⁴ URL é o endereço de um recurso disponível em uma rede, seja a rede internet ou intranet, e significa em inglês Uniform Resource Locator, e em português é conhecido por Localizador Padrão de Recursos

⁵ Plataforma de postagem de conteúdo

-
- “Quais desses elementos multimídia esse meio possui?”
 - A. Foto
 - B. Vídeo
 - C. Infográfico
 - D. Áudio
 - E. Hiperlink”;
 - “Enfoque do conteúdo”;
 - “Possui algum tipo de publicidade?”;
 - “Possui acessibilidade comunicativa para pessoas com deficiência (PCD)?”⁶ ;
 - “Proprietário, fundador ou jornalista responsável”.

Para tal catalogação, fora utilizado a plataforma de formulários do Google, que permitiu o acompanhamento de dados e porcentagens das análises feitas. O questionário serviu ao pesquisador como repositório de informações num banco de dados. Com cada site de jornalismo independente era aplicado o mesmo questionário e armazenado em um drive pessoal do Google. Em tal plataforma, foi possível visualizar por meio de gráficos, tabelas e porcentagens apuradas, todos os dados obtidos à partir das questões abordadas acima.

Para conseguir as informações necessárias para a pesquisa, foi utilizada a catalogação já utilizada pelo site da “Agência Pública”, que dava informações como: “De onde é?”, “Como se mantém?”, “Quem são?”, “Contato”. As outras informações sobre os veículos foram obtidas procurando site por site, individualmente. Quando algum dado não era encontrado, foi feita a tentativa de contato com um responsável pelo meio. Sobre a identificação do enfoque, na maioria dos casos já estava explícito na descrição dada por cada site, caso contrário, era analisado um conjunto de dez matérias, aleatoriamente selecionadas pelo pesquisador, para identificar o foco de conteúdo proposto.

Dentre os mais de 100 sites citados na pesquisa da “Agência Pública”, alguns foram cortados da análise, pelo fato de não se encontrarem mais ativos, ou serem ligados à grandes conglomerados de mídia, que os descaracterizaria como jornalismo

⁶ Opção adicionada por ser amplamente discutida no grupo de pesquisa t3xto, coordenado pelo Orientador deste trabalho Marco Bonito.

independente. Com os dados recolhidos e analisados, foi feita a reflexão sobre o que foi obtido antes do início da produção deste artigo.

4. RESULTADOS OBTIDOS

Com o processo metodológico finalizado, os dados obtidos foram os seguintes: Todos os meios de jornalismo considerados independentes e que ainda estão em atividade, somam 76, são eles:

Catarinas; Blogueiras Negras; Projeto Andarilha; Gênero e Número; Global Voices; Formiga.me; O Cafezinho; Independente; Mães de Peito; Ecos da Periferia; Cientista que virou mãe; Correio da Cidadania; Agência Informativa Pulsar Brasil; O Cidadão; Vaidapé; Revista Geni; Revista Capitolina; Agência Anota; Minha Brasília; Farol Jornalismo; Nexo Jornal; Farol Reportagem; Migra Mundo; Revista Cardamomo; Noo; A Companhia; Revista DR; Degenerando Neurônios; Énois; Conexão Planeta; Projeto Colabora; Jornal JÁ; Scream and Yell; Drops de Jogos; Science Blogs; Calle 2; Portal Aprendiz; Fala Roça; Rádio Yandê; B9; Maruim; Jornalismo Júnior; Revista Beira; Sounds like us; O Barato de Floripa; Rio on Watch (ING); Sul 21; Projeto Draft; Periferia em Movimento; Puntero Izquierdo; Paragrafo 2; Coletivo Papo Reto; Por Dentro da África; EcoDesenvolvimento; Fluxo; Canal Ibase; Jornalistas Livres; Marco Zero; Cidades Para Pessoas; Jota; Mídia Ninja; Porvir; Escotilha; Nós, Mulheres de Periferia; Outras Palavras; Risca Faca; Justificando; Aos Fatos; Barão de Itararé; Overloadr; Ponte Jornalismo; Agência Mural; Jornal do Nativismo; Papo de Homem; O Antagonista; Desacato.

Dentre esses sites:

4.1. Localidade

Cidade/Estado	Total de Sites: 76
São Paulo/SP	34
Rio de Janeiro/RJ	11
Florianópolis/SC	7

Porto Alegre/RS	5
Não possui sede fixa	5
Não identifica sua localização	4
Brasília/DF	2
Recife/PE	2
Curitiba/PR	2
Salvador/BA	1
Viçosa/MG	1
Niterói/RJ	1
Beijing (China)	1

4.2. Ligação com outros meios

34,2% (26/76) possuem ligação com outros meios (ex: *Youtube*, *Uol*, *Medium*) enquanto 65,8% (50/76) independem de outras plataformas para produção e difusão de seus conteúdos.

4.3. Elementos Multimídia

Elementos Multimídia	Total de Sites: 76
Possui fotos	74
Possui vídeos	55
Possui hiperlink	49
Possui conteúdos de áudio	27
Possui infográfico	22

4.4. Enfoque do conteúdo

Temática	Total de sites: 76
----------	--------------------

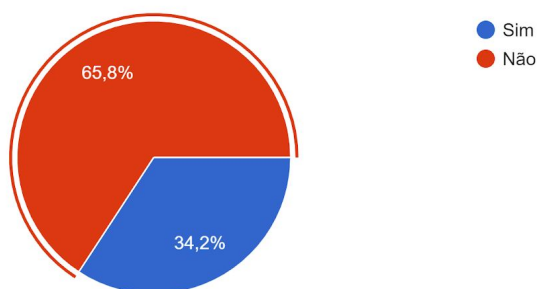
Lutas sociais, cidadania e direitos humanos	11
Questões de gênero	7
Jornalismo Cultural	6
Periferia	5
Sem temática específica (Conteúdo geral)	5
Política, justiça e poder	4
Meio ambiente e ecologia	2

Outros temas abordados por um meio são: Educação, jornalismo literário, economia e maternidade.

4.5. Ligação com outros meios:

Possui ligação com outros meios?

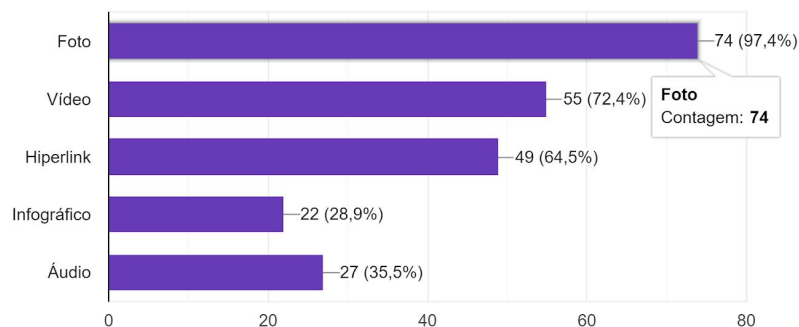
76 respostas



4.6. Elementos Multimídia

Elementos multimídia

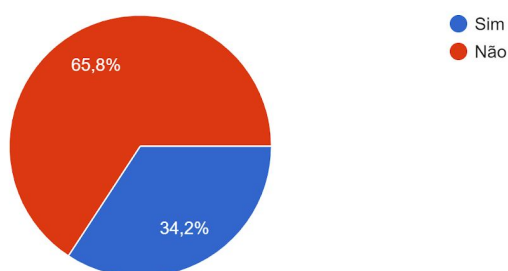
76 respostas



4.7. Publicidade

Possui algum tipo de publicidade?

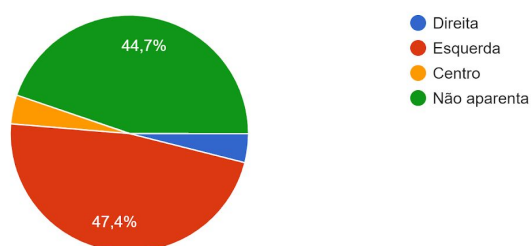
76 respostas



4.8. Posicionamento político explícito ou aparente

Aparenta defender alguma posição política? Qual?

76 respostas



4.9. Acessibilidade

Dentre os 76 veículos analisados nenhum possuía acessibilidade comunicativa.

5. ANÁLISE DOS DADOS

A partir da coleta desses dados foi possível identificar alguns fatores que quebraram expectativas criadas antes da realização da pesquisa em si. Outros já eram esperados, visto o contexto político social atual.

Sobre a questão da localização dos veículos, é interessante ressaltar que mesmo se propondo como uma mídia alternativa, mais da metade deles se encontram no eixo Rio-São Paulo, lugares onde se encontram os maiores conglomerados de mídia do país. Ainda sobre essa questão, um dado surpreendente é a presença de tantos meios de jornalismo independente em Florianópolis. A capital catarinense aparece como a terceira cidade com mais veículos do tipo. Relacionando com o contexto político atual, Rio de Janeiro e São paulo são dois dos maiores polos políticos do país, enquanto o estado de Santa Catarina foi onde teve a maior média de eleitores por habitante do atual presidente Jair Bolsonaro. Além disso, mesmo não sendo o local inicial das manifestações, a cidade de São Paulo, por ter um foco midiático maior, foi decisiva para as marchas de 2013. Estas, que por sua vez, desencadearam todo cenário político que vemos atualmente, e tal necessidade de expressar-se, torna compreensível o aparecimento de tantos meios de jornalismo independente, abordando, em sua maioria, lutas sociais, cidadania e direitos humanos.

Acerca do enfoque de conteúdo apresentado pelos sites analisados, percebe-se uma grande tendência à temas relacionados à luta de minorias. Tanto, que três dos quatro principais enfoques são relacionados à essa temática. O sentido de um jornalismo feito de forma independente, muitas vezes se confunde com essa proposta, pois é nada mais que emancipar-se de grandes conglomerados de mídia e dar voz àqueles que normalmente não possuem o devido lugar de fala em uma mídia mais massificada. Os sites que mais chamaram a atenção durante a pesquisa foram os que retratavam as realidades das periferias. Isso, pois viu-se que quem produz o conteúdo é oriundo dessas comunidades e sabe não só como se comunicar com sua comunidade, mas também, levar os reais anseios de sua gente para outros públicos. Tudo isso pela questão, já citada, que é a do lugar de fala. Em sua maioria, quando grandes mídias abordam questões de periferia, não retratam em uma linguagem de fácil identificação, nem

mesmo dão o espaço necessário para os reais protagonistas do assunto falarem por si. Outrossim, ainda sobre o enfoque, um dado que surpreendeu positivamente foi a variedade de temáticas que variam de política à cultura pop, e em sua maioria com conteúdos de qualidade que mereciam mais visibilidade, além de temáticas raras atualmente como jornalismo literário e mulheres na ciência.

Ao analisar a parte técnica, pode-se perceber que a imagem estática ainda é predominante, e de suma importância para a produção de conteúdo, mas também surpreende positivamente a produção de vídeos com um grande número de aparições nos veículos analisados, e em sua maioria muito bem produzidos e de relevância para o conteúdo proposto. O que se nota também é a baixa utilização de infográficos, que por sua vez, são ferramentas essenciais para a produção de jornalismo mais especializado, pois ajudam a fazer entender de forma mais didática e clara, assuntos que não são muito dominados pelo público em geral. Outra questão é a ligação com outros meios, que dependendo de onde esse o conteúdo jornalístico é postado, torna-se inevitável. Plataformas como *Medium*, *SoundCloud* e *Youtube* são recorrentes dentre os veículos, porém é compreensível, visto que, facilitam o armazenamento e propagação do conteúdo.

Com relação ao uso de publicidade nos meios de jornalismo independente, muitas vezes pode ser explicado pela obrigatoriedade da plataforma utilizada em ter publicidade, e em outros casos uma maneira de angariar recursos mesmo. Estes foram considerados independentes nesta pesquisa mesmo assim, pelo fato de não serem dependentes de um grande conglomerado de mídia, e por seu conteúdo não ter uma grande influência devido às inserções publicitárias. Porém, em sua maioria os veículos analisados não possuem nenhum tipo de publicidade e se mantêm com assinaturas, arrecadações voluntárias ou até mesmo com recursos próprios. Essa questão passa muitas vezes por um viés ideológico que impede o meio de se abrir para a publicidade e é totalmente compreensível.

Já no posicionamento político podemos ver uma clara tendência à esquerda com 47,4% (36/76) dos sites analisados. Isso se dá pois muitas das lutas minoritárias se identificam e são pautas da esquerda brasileira, logo, os veículos de jornalismo

independente que se propõem a abordar assuntos de cunho social e de minorias aparentam e se declaram na maioria das vezes de esquerda. Em contraponto, ao vermos os sites declarados ou aparentes à direita, são a minoria com apenas 3,9% (3/76), 11 vezes menos que os de esquerda. Tal fato ocorre pois as grandes indústrias midiáticas do país já se identificam mais à direitas, e as pautas relacionadas à esse lado da polarização política já são abordadas diariamente nas grandes mídias. Também pode-se identificar na análise que grande parte dos sites preferem se abster politicamente, muito pelo fato de seus conteúdos não possuírem cunho político ou simplesmente procurarem a isenção.

Algo que infelizmente não surpreende é o descaso com a acessibilidade comunicativa em 100% dos sites analisados. Nos grandes veículos de mídia esse problema já aparece, mesmo com a quantidade de recurso financeiro que possuem, em sites independentes não era esperado nada muito diferente desta realidade.

6. CONSIDERAÇÕES E PROPOSIÇÕES FINAIS

Chegado este ponto da produção, é necessário ressaltar o quão prazeroso foi analisar jornalismo independente. Pelos assuntos retratados em tais sites, além dos conteúdos muito bem produzidos e bem apurados, que dão lugar de fala à quem mais precisa ter nesse país atualmente. Atualmente o cenário político é altamente polarizado e discursos de ódio são corriqueiros na rotina do brasileiro, logo, ter tantas temáticas sociais apuradas de forma profissional é importante para mostrar que a realidade é muito maior do que é mostrado nos grandes conglomerados midiáticos.

Sobre a difusão desses veículos, é necessário mais projetos como o da “Agência Pública” para que o jornalismo independente no país torna-se mais visado, visto que, um número considerável daqueles citados pelo site não está mais em atividade, provavelmente pela falta de visualização e investimento para que se mantenham.

Para pesquisas futuras, a pretensão é ir a fundo na questão do espaço do jornalismo independente dentro do cenário midiático do país. Já foi constatado onde ele se encontra geograficamente, mas qual sua real influência junto à mídia e para o público, somado aos fatores que realmente são necessários, para o jornalismo feito de

forma independente, ser parte da rotina do público mais massificado ainda é um assunto que fica em aberto para próximas produções que requerem mais tempo e tamanho.

REFERÊNCIAS

Livros:

MALDONADO, Alberto Efendy; BONIN, Jiani. **Metodologias de Pesquisa em Comunicação.: Olhares, Trilhas e Processos.** Porto Alegre: Sulina, 2012. 303 p.

MARCONI, Mariana de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica: Olhares, trilhas e processos.** 5. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003. 310 p.

PALÁCIOS, Marcos. **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo.** Covilhã, Portugal: Labcom Books, 2011. 298 p. (Estudos em comunicação).

Site:

O MAPA do jornalismo independente. Agência Pública, 2016. Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/#>. Acesso em: 1 mar. 2019.