

Jornalismo independente paraibano na web

Independent journalism from
Paraíba on the web

Periodismo independiente de
Paraíba en la web



Anderson Luan Santana Siqueira

andersonluanss@gmail.com

Especialista em Comunicação pela
Universidade Federal do Tocantins
(UFT).

Joana Belarmino de Sousa

joanabelarmino00@gmail.com

Doutora em Comunicação e Semiótica e
professora dos cursos de graduação e
pós-graduação em jornalismo da
Universidade Federal da Paraíba
(UFPB).

Recebido em: 06/05/2022

Aceito em: 01/07/2022

DOI: 10.46952/rebej.v12i30.484

RESUMO

O presente estudo relata uma experiência de pesquisa realizada na disciplina de graduação Pesquisa Aplicada em Jornalismo, na Universidade Federal da Paraíba, que mapeou a realidade do jornalismo independente na Paraíba, desenvolvido em blogs, sites e portais. A Investigação envolveu um trabalho coletivo entre alunos, monitores e docente. O trabalho apoiou-se em pesquisa anterior, realizada em diversas universidades brasileiras e visou atualizar a base de dados coletada pela Agência Pública (2022), sobre o jornalismo independente no Brasil. Vale destacar que a presente investigação conseguiu identificar um fenômeno embrionário na região, com apenas 3 iniciativas sem financiamento definido e que produzem o próprio conteúdo. Concluiu-se que há a necessidade de novas pesquisas para apresentar um panorama mais completo acerca do jornalismo independente produzido na região através da *web*.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo independente.
Paraíba. Blogs. Portais.

ABSTRACT

The present study reports a research experience carried out in the undergraduate discipline Applied Research in Journalism, at the Federal University of Paraíba, which mapped the reality of independent journalism in Paraíba, developed in blogs, websites and portals. The Investigation involved a collective work between students, monitors and professor. The work was based on previous research carried out in several Brazilian universities and aimed to update the database collected by Agência Pública (2022), on independent journalism in Brazil. It is worth mentioning that the present investigation managed to identify an embryonic phenomenon in the region, with only 3 initiatives without defined funding and that produce their own content. It was concluded that there is a need for further research to present a more complete overview of independent journalism produced in the region through the *web*.

KEYWORDS

Independent journalism.
Paraíba. Blogs. Portals.

RESUMEN

El presente estudio relata una experiencia de investigación realizada en la disciplina de grado Investigación Aplicada en Periodismo, de la Universidad Federal de Paraíba, que mapeó la realidad del periodismo independiente en Paraíba, desarrollado en blogs, sitios web y portales. La Investigación implicó un trabajo colectivo entre alumnos, monitores y profesor. El trabajo se basó en investigaciones anteriores realizadas en varias universidades brasileñas y tuvo como objetivo actualizar la base de datos recopilada por Agência Pública (2022), sobre el periodismo independiente en Brasil. Cabe mencionar que la presente investigación logró identificar un fenómeno embrionario en la región, con solo 3 iniciativas sin financiamiento definido y que producen contenido propio. Se concluyó que existe la necesidad de más investigaciones para presentar un panorama más completo del periodismo independiente producido en la región a través de la *web*.

PALABRAS CLAVE

Periodismo independiente.
Paraíba. Blogs. Portales.

1 INTRODUÇÃO

Ressaltamos que o levantamento é inicial, com a utilização de uma amostra reduzida do corpus estudado. Inicialmente, o trabalho ancorou-se na compreensão da concepção de pesquisa aplicada definida por Elias Machado (2003, p.10): “a pesquisa aplicada pressupõe a pesquisa pura. Nas sociedades contemporâneas o pleno desenvolvimento social depende que, ao menos uma parte do conhecimento científico puro, seja traduzido em inovações.” Neste contexto, o circuito do conhecimento passa pela pesquisa pura, pela pesquisa aplicada e pela inovação.

Para Machado (2003), na área de Jornalismo existe um déficit de pesquisa aplicada porque a maioria das pesquisas realizadas são majoritariamente descritivas, ou porque não estabelecem relações com os setores produtivos da sociedade para desenvolver inovações.

Posteriormente, através da base teórica e compreensão dos métodos de pesquisa, os alunos realizaram uma investigação na *Web*, cujos resultados foram divulgados em um relatório final que sai do lugar comum e de fato busca promover o diálogo entre o conhecimento científico e os setores produtivos da sociedade. Um segundo eixo de aporte desse estudo é a pesquisa iniciada em colaboração com universidades brasileiras sobre o jornalismo independente no Brasil.

Em sua pesquisa, Batista e Patrício (2017) definem o jornalismo independente como um jornalismo realizado sem vinculação econômica ou editorial a grandes grupos empresariais, na perspectiva de contraposição à mídia convencional. E, a partir dela, estuda e analisa de forma crítica os jornalistas independentes em todo o país. O pesquisador utiliza como objeto de pesquisa as experiências dos jornalistas independentes catalogadas pela Agência Pública (2016), que é uma agência brasileira de jornalismo investigativo sem fins lucrativos.

A Agência Pública (2022) lançou o Mapa do Jornalismo Independente no Brasil em novembro de 2016, mas não incluiu a Paraíba neste mapeamento. Por essa razão, quisemos averiguar a existência do jornalismo independente em nosso estado, colaborando com a pesquisa, através deste estudo que expõe a catalogação e tratamento de dados elaborado por 20 estudantes do curso de Jornalismo da UFPB.

Os objetivos da pesquisa são, além de mapear o jornalismo independente paraibano; quantificar os jornalistas ditos independentes em atividade na Paraíba; verificar, com base na metodologia e conceituação de jornalismo independente defendida por Batista e Patrício (2017), se a autoidentidade e a prática destes jornais podem ser caracterizadas de fato como jornalismo independente; quais são os tipos de coberturas feitas por estes jornalistas e como as plataformas se mantêm (se recebem patrocínio e de que fontes).

Esses objetivos estão diretamente relacionados com a problemática levantada em sala de aula para a elaboração desta investigação, que consiste em saber se o jornalismo independente no cenário paraibano segue a aplicação prática do conceito ou se a autoidentidade dos portais de jornalismo e desenvolvimento das atividades não correspondem às conceituações adotadas.

Esta problemática já foi levantada pelo autor em sua pesquisa, chegando a uma conclusão provisória de que no Brasil a definição e a prática nem sempre se coadunam:

Embora catalogadas como jornalismo independente, pelo mapa elaborado pela Agência Pública, as iniciativas, aqui analisadas, muitas vezes não

conseguem explicitar, em seu próprio discurso, qual vinculação teriam com essa pretensa 'independência'. De certa maneira, a conjugação das características elencadas pela Agência Pública, para que as iniciativas figurassem em seu mapa, poderiam fortalecer essa classificação. Mas o mesmo não se verifica. (BATISTA; PATRÍCIO, 2017, p.21)

O pesquisador avalia que o fato do veículo de comunicação não pertencer a um grande grupo o torna automaticamente independente. É necessário analisar as fontes de financiamento e os interesses políticos e econômicos de cada portal, dito independente, para saber se ele está, realmente, livre de amarras. Outros pesquisadores que também já debateram esse tema anteriormente foram Charron e Bonville, que fizeram a seguinte afirmação:

(...) um paradigma jornalístico, na medida em que remete a uma prática discursiva, não se define a partir de critérios econômicos ou políticos, como a busca por lucro ou a liberdade de imprensa, mas a partir de considerações propriamente discursivas. (...) Assim, não é a predominância das considerações comerciais que caracteriza o jornalismo do século XX, mas a maneira como essas considerações influem no discurso jornalístico. (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 33)

Charron e Bonville defendem que a não independência dos veículos jornalísticos não se deve à busca por patrocínios ou financiamentos, mas na permissão de que essas fontes econômicas interfiram no conteúdo produzido. Sendo assim, o jornalismo independente pode ser custeado por empresas, sociedade civil e governo. Mas, se quem financia controlar o que é publicado, esse veículo não é independente.

As conclusões dos autores se complementam no que tange à caracterização do jornalismo independente. Embasados nas definições acima citadas, sabemos que o financiamento e os interesses políticos e econômicos dos produtores de informação interferem diretamente e ditam os enquadramentos de seus portais como independentes ou não.

Com base nisso, os alunos coletaram dados sobre alguns portais em atividade no estado e então formularam uma pergunta de pesquisa: "o jornalismo independente paraibano é ainda um fenômeno embrionário?" O critério de escolha observado levou em conta portais que não estão vinculados a empresas ou grupos de comunicação convencionais.

Os resultados do estudo foram relatados com a seguinte estrutura: fundamentação teórica, procedimentos metodológicos, análise de dados e considerações finais. É importante ressaltar o relevante trabalho da monitoria, que apoiou o estudo em todas as suas fases, tendo alocado laboratório com computadores, onde se realizou a pesquisa aplicada propriamente dita, além de apoiar os alunos com acesso às bibliografias e preparação do relatório final.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 JORNALISMO CONTEMPORÂNEO

Jornalismo independente, empreendedorismo, inovação e Paraíba foram as chaves para se realizar a pesquisa prática. É importante compreender como essas

concepções dialogam entre si e tentam construir uma base para a compreensão da situação do jornalismo contemporâneo paraibano.

A consolidação do jornalismo está ligada à afirmação do capitalismo e da sociedade industrial. A partir do século XIX a produção noticiosa se tornou massiva, com ênfase para o jornalismo informativo, factual, voltado ao consumo ligeiro. Pode-se afirmar que até os anos noventa do século XX, o campo jornalístico foi capaz de apresentar-se como o narrador central da sociedade, corporificando o modelo de produção da informação como mercadoria à venda, tendo, na propriedade dos meios, a marca da concentração desse mercado das notícias organizado nos chamados oligopólios da comunicação.

E se é dentro dos moldes digitais que hoje o jornalismo se delimita, atentemos para o fato de que a contínua transformação do capitalismo também incide sobre ele. Para Deuze (2014), vivemos na “sociedade empreendedora”, ainda que se baseasse em valores meritocráticos, o empreendedorismo aplicado ao jornalismo seria uma solução para a precarização e para a crise de credibilidade que o afeta.

As pessoas gastam mais tempo com a mídia hoje do que em qualquer momento anterior da história. O número de canais, formas, gêneros, dispositivos, aplicativos e formatos de mídia estão se multiplicando – mais mídias são produzidas a cada ano e nós gastamos mais do nosso tempo simultaneamente expostos a essa “mídia Martini”. Ao mesmo tempo, as notícias sobre o trabalho nos meios de comunicação são cada vez menos otimistas. Relatórios sobre contínuas demissões em todas as indústrias midiáticas, principalmente de entretenimento televisivo e de cinema, jornalismo, desenvolvimento de jogos digitais e publicidade – são fundamentais para entender esse momento. Isso sugere um paradoxo: como as pessoas se envolvem com as mídias de uma forma cada vez mais imersiva, sempre estando on-line, quase sempre de modo instantâneo e interconectado, as próprias pessoas cujos meios de vida e senso de identidade profissional dependem da entrega de conteúdo e experiências midiáticas parecem estar perdidos sobre como criar estratégias de sobrevivência em termos de modelos de negócios, práticas de regulação eficazes (por exemplo, em matéria de direitos autorais e práticas de acesso universal) e, talvez, mais especificamente, a organização de condições de trabalho empreendedoras que apoiem e sustentem o processo criativo necessário para atender às demandas da vida na mídia. (DEUZE, 2014, p.14)

Com a chegada da *web* oferecendo novos caminhos bem mais simples, os jornalistas podem construir suas carreiras fora das empresas tradicionais.

Em 2013, várias organizações que representam jornalistas na Holanda colaboraram com uma pesquisa de *freelancers* ou membros que trabalham de forma independente (totalizando 7.087 repórteres, editores, cinegrafistas e fotógrafos). Dois terços desses jornalistas que trabalham de forma independente preferiram esse tipo de arranjo ao invés de um emprego permanente, em tempo integral em uma redação. As principais motivações citadas para essa escolha são liberdade, flexibilidade, paixão e oportunidade. Embora a maioria dos jornalistas *freelancers* trabalhem em mídia com quatro “clientes” diferentes a partir de casa ou em coletivos editoriais e pequenos startups de notícia, muitos desses jornalistas, de fato, trabalham dentro das redações, pois essas organizações dependem cada vez mais de acordos de trabalho flexíveis, de meio período e temporários para que possam conduzir seus departamentos. (DEUZE, 2014, p.16)

A facilidade em produzir e compartilhar material teve reverberações não apenas no conteúdo das matérias, mas em todos os âmbitos do conglomerado chamado de mídia. Segundo Salaverría e Negrodo (2008), essa mudança pode ser percebida em quatro âmbitos: tecnológicos (através da renovação das ferramentas e sistemas de produção e propagação das notícias), empresarial (nas mudanças constantes nas empresas, como redações integradas), profissional (cada vez mais acúmulo de função e necessidade de profissionais ecléticos) e editorial (novos conteúdos e novas formas de apresentá-los).

Inseridos nesse contexto estão os portais e blogs pesquisados nesse artigo e, para compreendê-los melhor, vamos nos ater aos principais conceitos para abrir esta discussão:

2.1.2 Jornalismo independente

Numa instância inicial, ressaltamos que o jornalismo só é independente em regimes democráticos, quando sua livre manifestação não sofre censuras ou ameaças constantes, mesmo que nesses contextos haja espaço para sua realização, a exemplo de O Pasquim, durante a ditadura militar brasileira. No Brasil, essa noção de jornalismo independente é oriunda dessa experiência. Segundo Reis (2017), a imprensa "alternativa" ressoa de algum modo desde 1930, como no jornal A Manhã.

Reis mostra que estes foram marcados pelo contraponto à mídia tradicional. Já com a *internet*, "especificamente por meio das redes sociais, decerto se torna mais simples fazer um trabalho jornalístico não convencional" (REIS, 2017, p.194), e cita a Mídia Ninja como exemplo de narrativa em contraposição às versões hegemônicas.

Para Venício Lima (2013), o jornalismo independente é o jornalismo sem vinculação econômica ou editorial a grupos empresariais, em contraposição a mídia convencional. A independência também deve ser analisada em relação às práticas editoriais, em virtude das limitações que estas podem gerar.

Para Batista e Patrício (2017), é a partir dos processos de reconfiguração econômica, cultural e tecnológica que se transforma o discurso e sobretudo a identidade, que convive o cenário do jornalismo independente. Essas iniciativas estão ligadas à inovação e financiamento, a partir da autossustentabilidade.

[...] não conseguem avançar em seus detalhamentos, ficando circunscrita ao campo das boas intenções. Tanto é que as autonarrativas também apenas reforçam discursos de determinados princípios do jornalismo, apenas deixados de lado, seja pela mídia convencional, seja pelas experiências independentes (o "foco do trabalho da equipe é a reportagem de rua, aquela em que os repórteres 'sujam o pé de lama' e sentem prazer nisso" –Repórter de Rua; quanto ao processo produtivo no jornalismo, "publicar informações que sejam relevantes, úteis, para que todos possam se sentir parte da mesma realidade e capazes de transformá-la" –Agencia Mural). (BATISTA; PATRÍCIO, 2017, p. 14-15)

Patrício e Silva (2018, p.2) concluem que "as iniciativas vinculam independência à inovação no jornalismo." Entretanto, apesar desse fenômeno já ser explorado sobretudo no ciberespaço, esses projetos não conseguem sequer avançar em seus

detalhamentos. Assim, os autores discorrem que “a noção de independência está relacionada a projetos em plataformas digitais, que sejam uma iniciativa coletiva e sem vinculação com os tradicionais ‘proprietários’ dos veículos de comunicação” (PATRÍCIO; SILVA, 2018, p.2).

2.1.3 Jornalismo empreendedor

As discussões sobre jornalismo independente estão muito associadas à concepção sobre jornalismo empreendedor que está em fase de descoberta e compreensão. Apesar dos jornalistas já entenderem que a inovação e criatividade devem ser o fator principal nessa nova fase do jornalismo, empreender ainda é uma discussão recente na Paraíba. De acordo com o Sebrae (2022), empreendedor é aquele que inicia algo novo, vê o que ninguém vê e sai da área do sonho e parte para a ação.

Compreendemos, então, que na percepção de inovar e criar novos formatos de notícias, impulsionados pelas transformações no sistema midiático, o jornalista começa a arriscar-se em criar novos formatos e plataformas para expandir e tornar ainda mais pública sua informação.

É importante ressaltar que o jornalismo empreendedor não é apenas aquele que é independente, é possível empreender dentro de empresas. Quando se cria novos formatos, e/ou se inicia algo nosso, isso já é empreender, sem ser necessário desvinculação contratual e criação de uma nova empresa.

Entretanto, a maior parte dos empreendedores também se tornam empresários, donos do próprio negócio. São jornalistas que acabam sendo retirados do mercado dos grandes conglomerados, devido a diminuição de mão de obra, e pousam em um ambiente ainda pouco explorado com grandes oportunidades para inovar. Até então, a grande maioria dos profissionais apenas viam possibilidade de ser empregado e jamais empregador ou empresário.

É notório que os três conceitos acima dialogam entre si e ainda estão em construção. Muitas dificuldades permeiam entre jornalistas e estudantes quando falamos sobre inovação, jornalismo independente e empreendedorismo, isso porque o rastro deixado pelo formato usado por décadas, onde a redação de um grande jornal é o sonho de todo profissional e o ápice da sua carreira, é muito forte, principalmente nas universidades.

Até os projetos de iniciativa independente que já existem precisam se desvincular da lógica do pós-industrial, criando narrativas e formatos de conteúdo distintos, construindo uma identidade jornalística que, sobretudo, confronte os grandes conglomerados. Quando essa iniciativa se consolidar na formação universitária, o jornalismo poderá então ser verdadeiramente inovador, independente e empreendedor.

2.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

As etapas principais que envolveram o procedimento metodológico do trabalho foram a Pesquisa Bibliográfica, a Pesquisa Documental e o Tratamento e Análise dos Dados. Estiveram envolvidos 20 alunos da disciplina obrigatória de Pesquisa Aplicada ao Jornalismo, da graduação em jornalismo na Universidade Federal da Paraíba, com

o apoio de 2 monitores e a orientação da docente Joana Belarmino, no semestre 2018.1.

Nossa pesquisa é de natureza qualitativa e quantitativa. A utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente. É possível inferir que a pesquisa é qualitativa, uma vez que se trata de um trabalho de investigação científica que reflete sobre a qualidade do fenômeno observado, aprofundando nas suas características particulares, segundo definição de Goldenberg (2004).

É quantitativa pois foi pesquisada uma amostra significativa dos dados, através do método de quantificação das informações para se chegar ao objetivo final. Como define Fonseca (2002), as amostras de uma pesquisa quantitativa são representativas da população, com resultados que constituem um retrato real de toda a população alvo do estudo.

2.2.1 Pesquisa Bibliográfica

Na pesquisa bibliográfica trabalhamos com três grandes concepções. A primeira delas foi embasada pelos fundamentos teóricos de Pesquisa Aplicada para que pudéssemos refletir sobre a sua importância.

Também tivemos embasamentos teóricos quanto ao Jornalismo Independente e Jornalismo e Empreendedorismo. Finalmente, nossa pesquisa ainda envolveu consultas aos manuais de metodologia de pesquisa, vistos amplamente em sala de aula antes de serem colocados em prática no trabalho.

97

2.2.2 Pesquisa Documental

Fonseca (2002) definiu a pesquisa documental como sendo aquela que recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, como por exemplo: tabelas estatísticas, jornais, relatórios, documentos oficiais, fotografias, entre outros.

Após a decisão de apoiar a pesquisa do professor Edgard Patrício e adaptá-la à nossa realidade de investigação, os alunos da disciplina reuniram-se no dia 6 de setembro, no laboratório de informática de número 3 localizado no Centro de Tecnologia da Universidade Federal da Paraíba (CT – UFPB).

Nesse encontro acadêmico, a professora solicitou a realização de pesquisa na plataforma do Google, a partir das seguintes palavras-chave: "Paraíba + jornalismo independente" e "Portais e blogs de jornalismo empreendedor + Paraíba".

Essa pesquisa já havia sido fundamentada em sala de aula anteriormente, com uso de operadores *booleanos*. Esses operadores são palavras que tem o objetivo de definir para o sistema de busca como deve ser feita a combinação entre os termos ou expressões de uma pesquisa.

Foram encontrados e selecionados para análise científica os seguintes portais, conforme mostra tabela abaixo:

Tabela 1 – Lista de portais e cidades

PORTAL	CIDADE DO PORTAL
Primeiras Notícias Disponível em: < https://primeirasnoticias.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	Bayeux-PB
Portal Independente Disponível em: < http://portalindependente.com/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	Guarabira-PB
ClickPB Disponível em: < https://www.clickpb.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	João Pessoa-PB
Jornalismo de Viagem Disponível em: < https://jornalismodeviagem.com/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	João Pessoa-PB
Repórter PB Disponível em: < https://www.reporterpb.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	Sousa-PB
Conexão Boas Notícias Disponível em: < http://www.conexaoboasnoticias.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	João Pessoa-PB
PBVale Disponível em: < http://pbvale.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	Rio Tinto-PB
Polêmica Paraíba Disponível em: < https://www.polemicaparaiba.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	João Pessoa-PB
Diário do Sertão Disponível em: < https://www.diariodosertao.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	Cajazeiras-PB
Jornalistas que viajam Disponível em: < http://www.jornalistasqueviajam.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	João Pessoa-PB
Língua de Aço Disponível em: < http://linguadeaco.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	Mamanguape-PB
Mais PB Disponível em: < https://www.maispb.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	João Pessoa-PB

Os Guedes Disponível em: < https://osguedes.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	João Pessoa-PB
Nordeste1 Disponível em: < https://www.nordeste1.com/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	João Pessoa-PB
Paraíba Informa Disponível em: < https://www.paraibainforma.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	Taperoá-PB
Pipocas Club Disponível em: < http://pipocasclub.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	João Pessoa-PB
Paraíba Já Disponível em: < https://paraibaja.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	João Pessoa-PB
Resumo PB Disponível em: < https://www.resumopb.com/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	João Pessoa-PB
Portal CZN Disponível em: < http://portalczn.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	Cajazeiras-PB
Teeteto Disponível em: < https://teeteto.com.br/ >. Acesso em: 06 jul. 2022	João Pessoa-PB

Fonte: Os autores (2022)

Com os portais abertos, passamos a trabalhar com a ficha de coleta propriamente dita, investigando os seguintes indicadores, como mostrado na figura a seguir:

Figura 1 - Ficha de coleta de dados

PRIMEIRA PESQUISA DE LEVANTAMENTO SOBRE JORNALISMO INDEPENDENTE NA PARAÍBA

Ficha de coleta de dados

I - Identificação:

- Nome da plataforma:
- Localização:
- CNPJ:
- Endereço Web:
- Responsáveis e categoria profissional dos responsáveis:

II - Patrocínios

III - Identidade da Plataforma

- Blog ou portal?
- Tem outras plataformas associadas? Quais?

IV - Palavras Chave com as Quais a Plataforma se Autoidentifica

V - Tipo de Cobertura

VI - Redes Sociais da Plataforma

- Como a plataforma se autodeclara?
- Fazer uma busca em todo o site pela expressão "jornalismo independente":
- Jornalista responsável:

Fonte: Os autores (2022)

100

2.3 TRATAMENTO E ANÁLISE DE DADOS

2.3.1 Elaboração Manual dos Gráficos

Os dados foram coletados e armazenados na plataforma em nuvem *Google Drive*. Em seguida, foi realizada uma oficina de produção de gráficos, através da execução de um pré-projeto em cartolinas e quadro branco. Posteriormente, os mesmos foram convertidos em gráficos eletrônicos.

2.3.2 Conversão de dados em gráficos eletrônicos

Para a elaboração do gráfico relativo à localização dos portais, os alunos utilizaram um mapa da Paraíba em branco, editado posteriormente, no programa *PhotoShop*. Para isso, foi utilizada uma técnica semelhante à construção do mapa de calor, com a utilização das diferentes gradações da cor ciano, no sistema de cores *CMYK*. Os demais gráficos utilizados obedeceram a um modelo de seleção de cores pré-estabelecido pelo grupo de pesquisadores.

2.3.3 Tabela do cronograma da Pesquisa

A imagem a seguir apresenta a realização de todas as etapas da pesquisa:

Tabela 2 – Cronograma de atividades

MÊS	ATIVIDADE
Julho	Pesquisa bibliográfica e fundamentação teórica
Agosto	Pesquisa bibliográfica, fundamentação teórica e introdução à Pesquisa documental
Setembro	Realização da pesquisa assistida pela <i>Internet</i>
Outubro	Análise dos dados e elaboração do relatório final
Novembro	Divulgação do relatório final

Fonte: Os autores (2022)

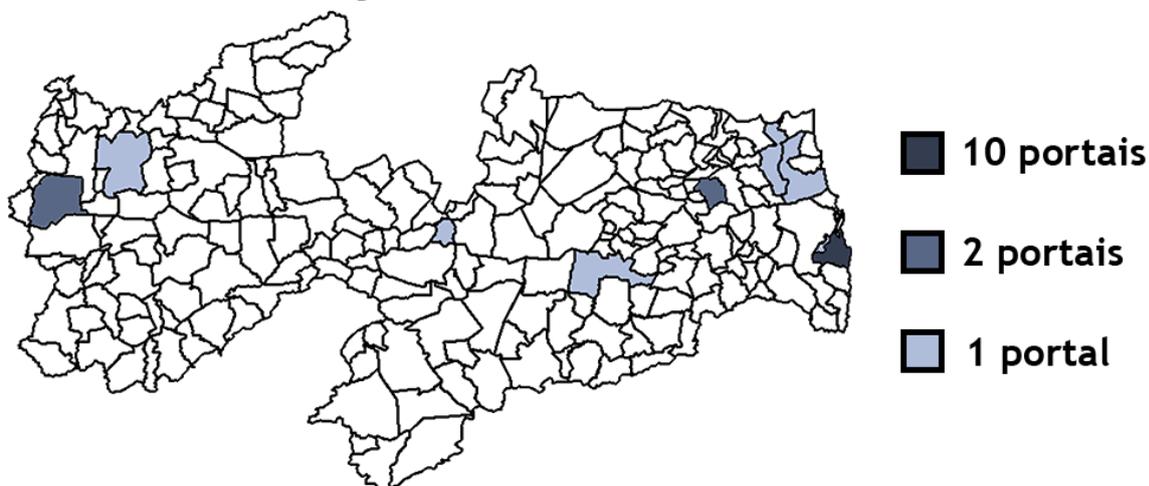
A partir dos dados coletados e nos gráficos produzidos realizamos uma análise quantitativa e qualitativa do “jornalismo independente” na Paraíba, por meio das 20 plataformas online pesquisadas. Tendo isso em vista, é importante salientar que essa análise reflete apenas um recorte da realidade, do período em que os dados foram coletados e transcritos para as fichas pelos estudantes. Para facilitar o processo de visualização e análise das informações, a equipe optou por organizar os dados em tópicos.

101

2.3.4 Distribuição geográfica dos sites

Figura 2 - Distribuição geográfica dos portais pesquisados na Paraíba

Localização dos sites



Fonte: Os autores (2022)

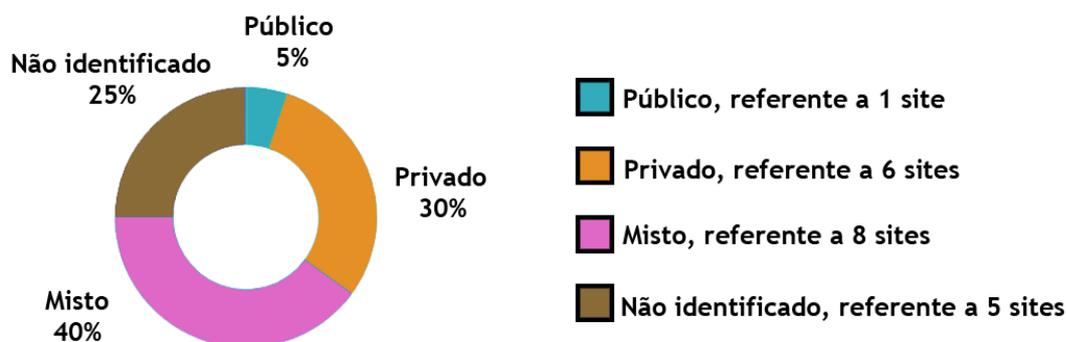
Um mapa temático do estado da Paraíba foi escolhido como forma de visualização dos dados relacionados à distribuição geográfica dos portais por possibilitar que, de acordo com a variação na escala de cores, sejam observados os pontos onde há maior concentração dessas iniciativas. O levantamento aponta que, dos 20 portais pesquisados, 10 estão sediados na capital do estado, João Pessoa, dois em Guarabira e dois em Cajazeiras, e os demais um em cada cidade, sendo essas: Assunção, Bayeux, Campina Grande, Mamanguape, Rio Tinto e Sousa.

102

2.3.5 Patrocínios recebidos

Figura 3 - Gráfico dos tipos de patrocínios dos portais pesquisados

Patrocínio dos sites



Fonte: Os autores (2022)

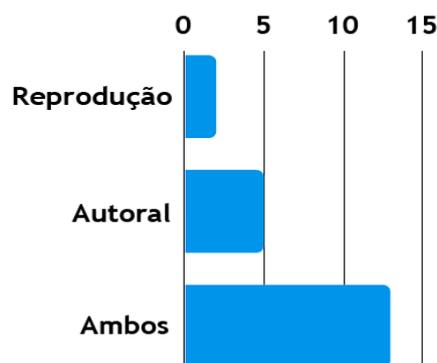
Em relação aos patrocínios, as iniciativas foram classificadas em três categorias: privado, público e misto. Nos casos em que os estudantes não identificaram nenhum patrocínio visível, a classificação conferida foi “não identificado”. Para esta análise, consideramos como público também o financiamento político, pois, em geral, os recursos dessa natureza são obtidos por meio de financiamentos públicos, como fundos partidários e verbas de gabinete.

Do total de portais pesquisados, seis apresentaram patrocínio privado; um totalmente público; oito mistos; e cinco não especificaram. No espaço amostral do levantamento, a turma não encontrou nenhuma iniciativa que utilizasse financiamento coletivo ou fonte de capital semelhante a essa. Com isso, é possível observar que todos os portais dependem de algum financiamento externo para manter as atividades e que, por isso, estão economicamente ligados a empresas, órgãos, pessoas físicas, governos e instituições.

2.3.6 Natureza dos conteúdos publicados

Figura 4 - Gráfico da natureza do conteúdo dos sites

Conteúdo dos sites



103

Fonte: Os autores (2022)

No que se refere à natureza do conteúdo publicado, os sites foram categorizados em: reprodução, para os casos em que o portal apenas replica notícias e reportagens de outras iniciativas, em muitos casos sem citar a fonte de origem do conteúdo; autoral, para os casos em que as notícias e reportagens são produzidas e escritas pela equipe do portal; ambos, para os casos em que as duas situações foram observadas, tanto da reprodução - seja ela legal ou irregular - ou autoral.

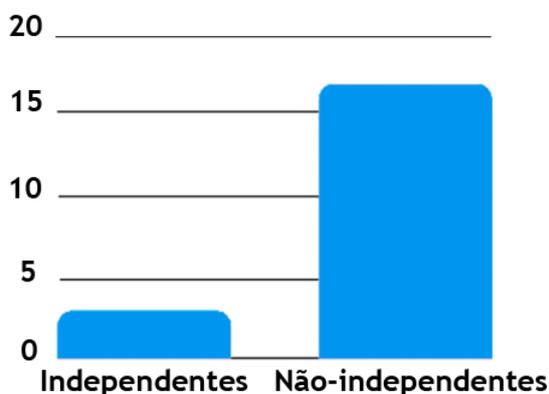
Entre os portais pesquisados, dois tiveram o conteúdo classificado como “reprodução”, cinco como “autoral” e treze como “ambos”. Esses dados indicam que, no espaço amostral, apenas 25% dos sites podem ser considerados como independentes de outras iniciativas em relação ao conteúdo publicado, realizando o próprio processo de produção e apuração das notícias e reportagens.

Em contrapartida, também é possível inferir que por mais que existam portais alternativos à mídia tradicional, o material veiculado por esses, majoritariamente, não acrescenta variedade ou outras perspectivas ao que já é feito pela imprensa no estado, por se tratar de mera reprodução.

2.3.7 Classificação dos sites quanto à dependência

Figura 5 - Gráfico de classificação dos portais em relação à independência

Dependência dos sites



Fonte: Os autores (2022)

Neste tópico, é preciso retomar a afirmação de Batista e Patrício (2017), utilizada no referencial teórico, que aponta que as iniciativas devem aliar a independência à inovação no jornalismo. Diante disso, concluímos que aqueles portais que replicam o conteúdo produzido por outros não atendem ao requisito da “inovação”.

Assim, na pesquisa por um projeto independente dentro do espaço amostral, decidimos avaliar e considerar, para fins de classificação, os cinco portais que publicam apenas conteúdo próprio. Patrício e Silva (2018, p.2) avaliam que “a noção de independência está relacionada a projetos em plataformas digitais, que sejam uma iniciativa coletiva e sem vinculação com os tradicionais ‘proprietários’ dos veículos de comunicação.” Batista e Patrício (2017, p.15) indicam que “essa última característica apontaria para outro elemento de independência, o financiamento, a partir da auto sustentabilidade, uma das marcas desta geração que está surgindo no jornalismo nacional”.

Sendo assim, dos cinco portais analisados dois têm patrocínio privado, somente três poderiam ser classificados como iniciativas independentes. De acordo com os dados coletados, esses três portais restantes veiculam estritamente conteúdo autoral e têm fontes de financiamento que não foram identificadas pelos estudantes, ou seja, não estavam visíveis por meio de anúncios ou publicidades em textos.

Não obstante, é importante ressaltar que também não foram observados indícios de financiamento coletivo, uma das formas de capitalizar o jornalismo independente, também já apontada no referencial teórico deste artigo. Desse modo, apenas uma pesquisa mais aprofundada poderia responder quanto a forma como os

portais se declaram e se a captação de recursos ocorre por meio de mera publicidade ou de projetos.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal desta pesquisa foi mapear a realidade do jornalismo independente na Paraíba produzido através da *Web*, entender como esse fenômeno vem se desenvolvendo, suas estratégias de manutenção, se de fato, podem ser considerados como tal.

A investigação envolveu uma análise inicial dos conteúdos publicados e as formas de financiamento que mantêm esses portais e blogs, e, ainda, buscamos averiguar as auto identidades das plataformas. Vale a ressalva de que os dados coletados são de uma pequena amostra, portanto são provisórios e limitados.

A partir dessa análise, podemos afirmar que os sites pesquisados paraibanos ainda seguem um modelo muito tradicional de replicação de conteúdo, seja de forma legal ou irregular, enquanto a produção de reportagens autorais, aprofundadas e investigativas são quase nulas, além de que muitas das plataformas não especificam suas vertentes; se são independentes, públicas ou privadas, por exemplo. Essa tendência observada pede uma pesquisa futura, planejada com um maior lastro de tempo, a fim de que possamos avaliar a autoidentidade das plataformas, assim como entrevistar seus jornalistas responsáveis e compreendermos como eles próprios classificam sua função e as suas produções.

Os financiamentos desses meios também são bastante convencionais, vindo principalmente de anúncios de empresas privadas, governamentais e de autoridades políticas. Dessa forma, em nenhuma das plataformas pesquisadas há o financiamento de produções jornalísticas através de doações de coletivos sociais, o chamado *crowdfunding*.

Observando as informações obtidas e traçando um paralelo com a abordagem dos autores denominados previamente, é possível inferir que há um estado inicial em que encontra-se o jornalismo independente paraibano, visto que apenas 3 iniciativas de 20 pesquisadas estão trilhando esse caminho, além disso, especialmente no que diz respeito à proporção quantitativa em relação às demais iniciativas e o aspecto de consolidação do formato. Apesar da *Internet* ser vista como emancipadora da informação e vir mudando as formas como se produz jornalismo, é possível perceber, de acordo com os dados coletados, que, na Paraíba, a maior parte dos portais pesquisados (mesmo os ditos 'independentes') não está encaixada nas perspectivas que os autores citados dão a esse fenômeno.

O ato de estudar esse acontecimento e refletir sobre o cenário paraibano possibilita uma óptica diferente do ambiente. Assim como foi abordado anteriormente, o distanciamento do jornalismo em relação a pesquisa experimental demonstra uma escassa análise sobre o jornalismo e suas novas fórmulas, então realizar uma pesquisa sobre o jornalismo independente permite observar uma demanda da sociedade, ou seja, a pesquisa finalmente em sintonia com as necessidades sociais. Ainda que o jornalismo independente na Paraíba, em sua maioria, siga a lógica nacional brasileira, portanto, não alcance a determinação de jornalismo independente, investigar as suas características se faz necessário, tanto para se refletir sobre o que é o jornalismo independente em si, como para entender de fato o que consumimos.

A riqueza maior do estudo radica na experiência em si. Abraçamos a pesquisa desenvolvida em outras universidades, dentro de uma disciplina apta à realização de pesquisa prática, culminando com a produção de conhecimento. Nosso intento foi colaborar com essas investigações, e trazer à tona, a realidade da Paraíba, no que toca ao jornalismo independente.

Estamos cientes das limitações do estudo, realizado como pesquisa de natureza voluntária e exploratória, com um tempo determinado, a duração da própria disciplina. Ficou o aprendizado e a lição da construção do conhecimento coletivo, e, sobretudo, demonstrou-se a proposta de construção de conhecimento sobre uma realidade local que se modifica a cada dia.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA PÚBLICA. O mapa do jornalismo independente. **Agência Pública**, [s. l.], 2016. Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

BATISTA, Raphaele; PATRÍCIO, Edgard. Elementos de identidade jornalística em autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, n. 15, 2017, São Paulo. **Anais eletrônicos**. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/49067/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

CHARRON, Jean.; BONVILLE, Jean de. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2016.

DEUZE, Mark. O jornalismo, a vida na mídia e a sociedade empreendedora. **Revista Parágrafo**, São Paulo, FIAM-FAAM, vol. 2, no. 2, p. 4-22, ago/dez, 2014.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GOLDENBERG, Mirian. **A Arte de Pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004.

LIMA, Venício A. de. Mídia, rebeldia urbana e crise de representação. In: VAINER, Carlos *et al.* (org.). **Cidades rebeldes**: passe livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil. São Paulo: Boitempo, 2013. p. 89-94.

MACHADO, Elias. **O Ciberespaço Como Fonte para os Jornalistas**. Florianópolis: Editora Calandra, 2003.

PATRÍCIO, Edgard; SILVA, Naiana R. Territorialidade e ethos em iniciativas de jornalismo independente do Nordeste. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, n. 16. 2018, São Paulo. **Anais eletrônicos**. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1511/934/>. Acesso em: 12 jul. 2022.

REIS, Mariana. Comunicar, resistir: um olhar sobre as práticas discursivas em rede do jornalismo independente no Brasil. **Revista Vozes&Diálogo**, Itajaí, UNIVALI, v. 16, n. 01, p.

193-204, jan./jun, 2017.

SALAVERRIA, Ramón; NEGREDO, Samuel. *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Sol90media, 2008.

SEBRAE. **O que é ser empreendedor**. Portal Sebrae, [s. l.], 2019. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor.ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 30 jun. 2022.