

**A Repercussão da Mídia Alternativa no Ciberespaço:
Estudo Comparativo das Páginas
“Outras Palavras” e “O Corvo”**

Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação

Lina Moscoso Teixeira

Abril, 2016



**A Repercussão da Mídia Alternativa no Ciberespaço:
Estudo Comparativo das Páginas
“Outras Palavras” e “O Corvo”**

Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação

Lina Moscoso Teixeira

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação – Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias –, realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Ana Jorge

“Não podemos mais recorrer à grande narrativa – não podemos nos apoiar na dialética do espírito nem mesmo na emancipação da humanidade para validar o discurso científico pós-moderno”.

Jean-François Lyotard

AGRADECIMENTOS

O desenvolvimento do trabalho só foi possível por meio da tenaz presença de Ana Jorge a quem agradeço, em primeiro plano, pela paciência e cobrança na medida certa.

À amiga Karoline Ximenes pela ajuda nas transcrições das entrevistas. À Adriano Azevedo pelo auxílio na formatação.

A cumplicidade e convívio nas madrugadas de escrita e dicas compartilhadas com a amiga Joana Angélica foram fundamentais, portanto a gratidão vem aqui em forma descritiva. Como também sou grata à amiga Raíssa Hilgenberg pela força e escuta de angústias.

Agradeço também a disponibilidade e auxílio luxuoso dos entrevistados Alice Amâncio, Amanda Guerreiro, Alexandra Fernandes, Ana Negrão, António Aires, Armando Seixas, Bernardo Borges, Diogo Batalha, Diogo Ribeiro, Gustavo Roriz, Isabel Máximo, Julia Neves, Karl Georges, Matheus Bernasconi Puertas, Martha Tavares, Nuno Rocha, Raquel Reis e Sandra Felgueiras. Sempre abertos a discussões e que trouxeram considerações muito ricas para a pesquisa.

A REPERCUSSÃO DA MÍDIA ALTERNATIVA NO CIBERESPAÇO: ESTUDO COMPARATIVO DAS PÁGINAS “OUTRAS PALAVRAS” E “O CORVO”

LINA MOSCOSO TEIXEIRA

RESUMO

O presente trabalho discute a ressonância das mídias alternativas no espaço virtual, partindo da análise dos meios *online* com perfis no Facebook: jornal “O Corvo”, português, e o *site* brasileiro “Outras Palavras”, de maneira individual e comparativa. Veículos com distinções no modo de divulgar mensagens. O primeiro classificado como mídia comunitária e o segundo de ideologia esquerdista, comunicação compartilhada e pós-capitalista. A proposta é mensurar a reação dos usuários diante desse tipo de comunicação que vem sendo semeada e oferecer uma gama de considerações a serem discutidas sobre jornalismo independente. Bem como tecer comentários sobre a sustentabilidade. Para tanto, foram realizadas análise de peças publicadas pelos meios alternativos em seus perfis do Facebook e entrevistas com leitores e não leitores dos veículos. Assim, concluiu-se, após as observações, que a chamada imprensa de contra-hegemonia ganhou ambiente de propagação de conteúdos com a emergência da Internet. Os meios estudados divulgam textos críticos que problematizam assuntos polêmicos e provocam reflexão, aprofundamento de temas e acréscimo de informações antes omissas quando da massificação da mídia ao público leitor. Portanto, alcançam o público não só pelos conteúdos, mas também pelo investimento em meios digitais e convergência de mídia. Novas formas de comunicar que rompem com a censura proveniente de dependências financeiras a Estado, governos ou mercado, em uma esfera à parte dos *mainstream media*. Um novo tipo de fazer jornalismo que procura fomentar a democracia e o pensamento emancipado.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia Alternativa; Ciberespaço; Redes Sociais; Contra-Hegemonia; Mídia Comunitária.

**THE IMPACT ALTERNATIVE MEDIA IN CYBERSPACE:
COMPARATIVE STUDY OF PAGES “OUTRAS PALAVRAS” AND
“O CORVO”**

LINA MOSCOSO TEIXEIRA

ABSTRACT

This paper discusses the resonance of alternative media in the virtual space, based on the analysis of online media with profiles on Facebook: Portuguese newspaper “O Corvo” and Brazilian website “Outras Palavras”, individual and comparative way. Vehicles with distinctions in order to disseminate messages. The first classified as community media and the second of leftist ideology, shared communication and post-capitalist. The proposal is to measure the reaction of the users on this type of communication that has been sown and offer a range of considerations to be discussed on independent journalism. Therefore, we realized analysis the pages of publications on their Facebook profiles and interviews with readers and not readers. Thus, it is clear, after the observations, the call press counterhegemony gained content propagation space with the emergence of the Internet. The studied media disclose critical issues texts controversial issues and provoke reflection, deepening themes and adding information before missing when the media mass to the reading public. Therefore, reach the audience not only the content, but also by investing in digital media and media convergence. New ways to communicate that break the censorship from financial dependencies State, government or market, in a sphere apart from the mainstream media. A new type of journalism that seeks to promote democracy and emancipated thought.

KEYWORDS: Alternative Media; Cyberspace; Social Networks; Counterhegemony; Community Media.

ÍNDICE

Introdução	1
Parte I	
Capítulo I: Meios noticiosos e o espaço virtual	6
I. 1. Pós-modernidade, Internet e mídia alternativa.....	6
I. 2. Mídia massiva	17
I. 3. Multiplicidade	18
I.4. No ciberespaço.....	20
Capítulo II: Voz e Comunicação popular	28
II. 1. Mídia comunitária.....	28
Parte II	
Capítulo III: Métodos e técnicas de investigação	36
III. 1. Metodologia.....	37
III. 2. Vantagens e limites da Metodologia.....	42
III. 3. Caracterização dos meios.....	43
III. 3.1. O Corvo	44
III.3.2. Outras Palavras.....	45
Capítulo IV: Alcance e conteúdos.....	48
IV. 1. Interatividade.....	48
IV.2. Análises.....	49
IV.2.1. Criticidade.....	61
IV.2.2. Reações do público leitor.....	64
IV.2.3. Estratégias.....	69
IV.3. Comparativo.....	75
Capítulo V: Análises das entrevistas e apresentação dos resultados.....	78
V.1. Pesquisa de recepção.....	78
Conclusão.....	93
Bibliografia.....	99
Anexo A: Grelha para análise de conteúdo.....	101
Anexo B: Tabela com síntese da análise dos resultados.....	103
Anexo C: Guião para entrevistas aos leitores e não leitores.....	104
Anexo D: Guião para entrevistas aos editores.....	105
Anexo E: Entrevistas com guião aos leitores e não leitores.....	107
Anexo F: Entrevistas com guião aos editores.....	134

INTRODUÇÃO

As mídias alternativas surgem em uma perspectiva de pensar a função transgressiva da comunicação e como opções aos meios corporativos, sempre com a finalidade de romper com a hegemonia, abrir espaços de discussão entre as comunidades e o Estado e disseminar um tipo de informação democrática e de livre pensamento, associando-se à pluralidade e à horizontalidade de opiniões e informações¹. A construção do conhecimento e o ativismo comunicacional ganham vez mais com a Internet, ferramenta que deu vazão aos conteúdos de mídia alternativa. Baixo custo, facilidade de operacionalização e poder de distribuição são a base material para disseminar produtos de contra-informação.

O presente projeto de pesquisa intenciona avaliar a inserção e a repercussão de notícias da mídia alternativa no espaço virtual. Nesse contexto, serão analisadas e comparadas a página brasileira “Outras Palavras” e o jornal *online* português “O Corvo”. A proposta é listar diferenças entre os dois objetos e esmiuçar o conteúdo de cada um separadamente, no sentido de aferir a sua repercussão no mundo virtual e como afetam o público qualitativamente e quantitativamente. Fazer descrições dos meios e tentar detectar a convergência de mídias – site com junção de redes sociais – a fim de saber como esses meios vão buscar o público.

Sendo assim, buscaremos, através da análise dos dois casos, responder à seguinte pergunta: Conteúdos divulgados por mídias alternativas no espaço virtual provocam um pensamento reflexivo nos indivíduos? O que nos remete à formulação de duas hipóteses. A primeira: com a abertura de acesso a novos meios na Internet a imprensa contra-hegemônica ganha força e torna-se mecanismo informativo da população. A segunda hipótese: o alcance desses meios é significativo, sobretudo com a aposta deles em criar páginas do Facebook.

Por meio da análise dos casos propostos, buscaremos algumas respostas para a nossa questão de partida e a comprovação das hipóteses levantadas. Posteriormente, analisaremos, na prática, as teses levantadas. Por intermédio desta avaliação, tentaremos compreender o processo de atuação dos meios.

¹O presente trabalho utiliza a Língua Portuguesa na versão escrita no Brasil, país de origem da autora, com o objetivo de obter reconhecimento de universidades brasileiras.

Caberá, na pesquisa, em primeiro plano, conceituar mídia alternativa, definições presentes no primeiro capítulo. Essa primeira parte do trabalho traz, ainda, caracterização da mídia massiva e a relação entre meio alternativo e ciberespaço. Além disso, as mídias comunitárias, aquelas voltadas para as preocupações das comunidades e tendo presente o exercício da cidadania, serão apresentadas no segundo capítulo. Um tipo de meio que também foge da linha dos veículos tradicionais – que valorizam conteúdos comerciais e de entretenimento.

A teia de concepções oferecida no primeiro capítulo integra, além dos conceitos, considerações sobre sustentabilidade dos meios, conteúdos, lógica de mercado, pós-modernidade, hegemonia, multiplicidade, participação e identidade.

Discorrer sobre um tipo de jornalismo em voga hoje na pós-modernidade que ultrapassa as barreiras do massivo – esse é um dos objetivos específicos da dissertação. Conteúdos analíticos, ideológicos e carregados de opinião e crítica do sistema capitalista. Uma alternativa ao que vinha sendo veiculado. E que tem espaço em uma mídia que não a rádio, a televisão, os jornais impressos, já registrados como “padrões”.

Uma das propostas é observar que espaço é dedicado a essas mídias. De acordo com Atton (2001), mídia alternativa e radical dificilmente aparecem nas tradições teóricas dominantes de pesquisa de mídia. Isso pode significar, segundo Atton (2001), que os meios alternativos podem ser considerados como oferecendo radicalismo, anticapitalismo. Relações de produção, muitas vezes associadas a projetos de perturbação ideológicas (Atton, 2001). A noção gramsciana de contra-hegemonia é perceptível através de uma gama de projetos de mídia radical (e não apenas nos lugares óbvios, como o jornais da classe trabalhadora) e publicações socialistas. A pesquisa oferece tal conceito.

Por outro lado, é importante salientar o papel da Internet em seu sentido de libertação. Para tanto, serão usados como referência teóricos que tratam dos meios digitais e suas relações com a humanidade, como Sherry Turkle (2005). Além de problematizar a escolha por parte do leitor. Face a tantos conteúdos no espaço virtual, quais os critérios para seleção de leitura? Qual o alcance de meios com convergência de mídia (perfil no Facebook e no Twitter, utilização de vídeos, imagens e *hiperlinks*)? Como os usuários da rede mundial utilizam e têm conhecimento dos meios alternativos? São questões a serem debatidas no projeto de pesquisa.

Em um meio de conteúdo tão vasto (o ciberespaço), a mídia alternativa só faz sentido como contraponto. Para tratar da Internet e mostrar seus paradigmas, citarei Castells (2001). É importante pensar que os objetos de estudo da pesquisa nasceram e existem apenas no meio virtual.

O trabalho abre espaço para uma discussão sobre a qualidade do conteúdo da mídia alternativa. Que efeitos esse tipo de meio têm gerado no público leitor? A quem esses meios chegam? Indagações que nos levam a respostas sobre as hipóteses levantadas.

A necessidade de inovação aliada à criatividade fez com que as mídias alternativas conquistassem mais espaço e se tornassem mais uma opção de veiculação. No entanto, são, muitas vezes, um tipo de jornalismo sem verba para se manter. Essas páginas sustentam-se por meio da contribuição do público. Tal questão também entra no rol dos pontos a serem analisados em termos de repercussão. Até que ponto as pessoas financiam para receber conteúdo? Em tempo de Internet, onde é possível obter informação gratuita e instantânea constantemente, há quem queira pagar por textos analíticos e específicos?

Alguns fatores responsáveis pela “audiência” dos meios virtuais que optam por um jornalismo alternativo são fundamentais nessa avaliação. A inovação, por exemplo, é a palavra-chave. Além disso, deve ser um tipo de mídia espontânea.

Vale refletir também sobre quais resultados a mídia alternativa na Internet gera. Provoca questionamentos por parte do público? Desperta o pensamento crítico? É uma mídia formadora de opinião, assim como sempre foi classificada a vertente mais tradicional? Questionamentos sobre a convergência de mídias deverão ser respondidos no decorrer da pesquisa. As redes permitem estender conteúdos? Averiguar, em análise crítica, as características de cada página estudada. Tentar mostrar a repercussão nas redes sociais. Quantos gostos? Quantos seguidores? Quantas postagens por semana? Quantas partilhas? Há comentários? Quantos?

O tema do estudo mostra-se relevante na medida em que a emergência da Internet trouxe a abertura para a divulgação instantânea de notícias das mais variadas possíveis e o bombardeamento de informação, sendo, portanto, preciso um olhar crítico na hora da leitura. No mundo pós-moderno, a comunicação amplia o seu modo de

informar. Meios alternativos surgiram como forma de romper com a censura e fornecer conteúdos que dizem mais sobre a realidade. Portanto, necessitam de estudos especializados de observação. Para além disto, o jornalismo livre e praticado pela mídia contra-hegemônica é necessário aos cidadãos, sobretudo em momentos de crise mundial e de inconstância política e econômica. Os instrumentos estudados, nesse contexto, acabam por dar voz à população para exposição dos pontos de vista individuais ou coletivos sem omissões.

A comunicação mudou pela conjuntura da globalização, em razão do surgimento de novas tecnologias, pelas culturas individuais que começam a enxergar outras possibilidades de se informar, não só por meio dos jornalistas. Desse modo, é preciso que as pessoas se dêem conta do que há em termos de reprodução dos fatos. A comunicação existe para facilitar a democracia e a resolução das diferenças sociais. Inclusão social e igualdade de direitos. Cabe aos estudos científicos divulgar o que propõem os meios noticiosos.

Dar conhecimento à comunicação alternativa e avaliar o alcance do que tem surgido em termos de “novas” maneiras de informar, no sentido de repercussão do público leitor e não leitor, além de fornecer dados sobre a atuação das mídias de cunho contra-hegemônico nas redes sociais, justificam a realização da pesquisa científica. A pesquisa em curso tem valor também por trazer um comparativo entre meios com perfis diferentes, de origens distintas (Brasil e Portugal), mas que se enquadram na mesma classificação de mídia alternativa, em virtude da forma de fazer jornalismo independente e com o objetivo de fornecer conteúdos de interesse popular e aprofundados. No entanto, há de se levar em consideração as disparidades. Essa questão enriquece a investigação e as discussões sobre alcance (a ter como referência a dimensão territorial e, portanto, populacional), interesses pela busca de novos meios noticiosos (nesse ponto está intrínseca a questão da credibilidade) e uso de novas tecnologias.

Concluindo, este trabalho está dividido em duas partes. A primeira inteiramente dedicada a apresentação dos conceitos e do pré-conceito, e a discussão teórico conceitual dos mesmos. Definições presentes no Capítulo I que expõe mídia alternativa, mídia massiva, multiplicidade dos meios contra-hegemônicos e mídia alternativa no ciberespaço; e no Capítulo II, que destaca mídia comunitária. A segunda parte está

dedicada a apresentação da metodologia, dos casos abordados e dos resultados do trabalho de campo, seguido da conclusão, onde iremos abordar os efeitos da pesquisa e refletir sobre as respostas encontradas para a nossa questão de partida e as hipóteses levantadas à luz dos conceitos, do pré-conceito e dos dados coletados ao longo da pesquisa. Esses últimos presentes nos Capítulos III, IV e V.

Parte I

Capítulo I

Meios noticiosos e o espaço virtual

O capítulo inicial da dissertação pretende aqui delinear conceitos da mídia alternativa. O propósito é definir e situar os movimentos comunicacionais no espaço virtual, a quem e a quem se destinam, quais os objetivos de disseminar informações e quais os tipos de conteúdos lançados. O intuito é dissertar sobre as mídias massivas de maneira a compará-las com as versões alternativas, e expor diferenças e formas de atuação, bem como trazer à baila definições de mídias comunitárias, suas características e inserção na classificação de meio contra-hegemônico. Ao longo das páginas, a pretensão também é tecer comentários a respeito do ciberespaço, no sentido de localizá-lo no cenário atual, e sua abertura para um jornalismo mais ideologicamente carregado de críticas eminentes.

I.1. Pós-modernidade, Internet e mídia alternativa

No despertar de uma pós-modernidade e, sobretudo, com o uso da Internet nos meios jornalístico e informativo, abriu-se portas para um tipo de mídia contestadora, sem apelo comercial ou ligação com organizações hegemônicas de poder. É uma alternativa ao tradicional. Ultrapassa as barreiras do massivo, do que é feito para vender e que tem implicações políticas capazes de censurar e calar-se diante do mau funcionamento social.

Diz-se sobre pós-modernidade a condição sócio-cultural e estética, a partir do século XX, com dissolução da referência à razão. Leia-se fim de um esquema totalizante e engessado de ideologia. O termo usado por Anthony Giddens (1997) e Ulrich Beck (1997) é modernidade reflexiva, reflexividade como possibilidade de reinvenção da modernidade. Algumas escolas de pensamento relacionam o “pós” como uma espécie de esgotamento de uma época. Morte do progresso e dos ideais iluministas. Outros afirmam como prosseguimento da modernidade. E até como um capitalismo tardio, conforme identificam o crítico literário Fredric Jameson (1996) e o geógrafo

David Harvey (1993). Já o filósofo francês Gilles Lipovetsky (2004) prefere o termo “hipermodernidade”, por considerar não ter havido de fato uma ruptura com os tempos modernos. “Hiper” no sentido de haver uma exacerbação do individualismo, do consumismo e da ética hedonista, lemas típicos da sociedade moderna.

Para Zygmunt Bauman (1998), a modernidade é a impossibilidade de permanecer fixo. É movimento. E é também pensamento global.

Giddens (1995) argumenta que pós-modernidade é tempo favorável a emergência de uma consciência planetária ao contrário de uma fragmentação cultural – aporte para a descentralização ou dissolução do sujeito num “mundo de signos”. Esse é fator da “hiper-realidade” criada pelo predomínio da mídia na cultura contemporânea. A universalização é compelida pela modernidade avançada, embora hajam motivações plurais e/ou contraditórias que regem uma multiplicação de demandas.

Esse panorama de globalidade acaba por favorecer o ativismo – cerne da construção de mídiacomunitárias e assunto recorrente e propulsor dos meios alternativos – em oposição à apatia e passividade das massas. O mundo contemporâneo abriu suas portas para a diversidade de discussão, de criação e de mobilização, seja por atos ou por palavras.

Para além disso, a pós-modernidade travou mudanças na maneira de ver a ciência como desacreditada e da descrença no progresso. Ceticismo como palavra de ordem. Campos em foco foram a teoria do caos, a engenharia genética, a cibernética, os estudos de não-linearidade e complexidade, o desenvolvimento e a difusão do computador e da capacidade de simulação da realidade, da geração da realidade virtual, da supremacia da imagem como entretenimento e também como um novo dispositivo epistemológico, da comunicação global. De acordo com Jean Baudrillard (1991), a pós-modernidade nos afasta do realismo. Essa era trouxe a simulação da realidade por meio da mídia. “Já não é o real, pois já não está envolto em nenhum imaginário. É um hiper-real, produto de síntese irradiando modelos combinatórios num hiperespaço sem atmosfera” (Baudrillard, 1991, p. 8).

Os símbolos têm mais peso e força do que a própria realidade. Assim, trata-se da substituição do real pelo seu duplo operatório, máquina sinalética metaestável, programática, impecável, que oferece todos os signos do real, segundo Baudrillard

(1991, p. 9). O duplo operatório é o simulacro, simulações malfeitas do real, no entanto mais atrativas ao espectador. Realidade virtual, simulada com fim ao entretenimento.

Baudrillard (1991) refere-se a uma intoxicação midiática que gerou perdas de referencial de identidades. Redes de informação de um sistema tecnológico que alteraram substancialmente a racionalidade, o pensar e o agir contemporâneos.

Entretanto, cabe perguntar onde estão encaixadas as peças: Internet, sociedade e pós-modernidade; e qual a relação entre elas? É a sociedade em rede de Castells (1999). A Internet permite a expressão de valores, comportamentos e culturas que existem na sociedade pós-moderna. Na contemporaneidade, as tecnologias estão intrínsecas aos indivíduos. Como Castells (1999) encerra: “É claro que a tecnologia não determina a sociedade. Na verdade, o dilema do determinismo tecnológico é, provavelmente, um problema infundado, dado que a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas” (Castells, 1999, p. 25). A Internet é a grande rede da era pós-industrial e o ciberespaço, ambiente de manifestação dos sujeitos pós-modernos.

Daí o ponto primordial do nosso estudo ao citar a pós-modernidade: da comunicação global firmada pela ascensão do espaço virtual. A mídia alternativa reverbera-se com a era da virtualidade. O crescimento do ciberespaço resulta de um movimento da pós-modernidade. Muito mais uma reação a uma modernidade “falida” do que uma construção positiva original construída em torno de novas noções e visões, como conceitua Jean-François Lyotard (1979). Porém, com alterações nas atitudes e ações sociais e individuais.

Assim, mídia alternativa e pós-modernidade então interligados na medida em que há em ambos um conceito de ruptura e de um novo tipo de pensamento.

Um modelo de contra-informação é encontrado nas manifestações de jornais populares, rádios comunitárias, experiências com cinema, vídeos e fanzines ativistas, e publicações impressas de pequena escala. A intenção é pluralizar as vozes do debate público, discutir, questionar e tornar de acesso temas, ângulos e fatos que são obscurecidos, silenciados e até distorcidos pelos veículos de comunicação hegemônicos e comprometidos comercialmente. Todavia, não se trata de um fenômeno inédito e nem

mesmo de um novo paradigma, além de serem práticas experimentais que não param de surgir e passar por processos de provação.

E menos ainda mídia alternativa pode ser sinônimo de ações contra a hegemonia dos meios de comunicação em nem de uma perspectiva progressista. John Downing (2002) adverte que há muitas manifestações de mídia radical do tipo fundamentalista, racista ou fascista, que representam forças negativas e podem levar a sociedade a retroceder. O conceito de mídia alternativa não está ligado a uma ação positiva ou negativa. Ponderações sobre mídia radical serão expostas no próximo capítulo.

O cerne do meio alternativo é a crítica da razão de um sistema global, capitalista, de desordem, da ideologia verticalizada. Mecanismo que impõe o ‘*cala boca*’ e omite tudo o que não está bem na sociedade. Esse tipo de mídia traz textos carregados de opinião e sem amarras. Reflexivos, muitas vezes, que levam a massa ou grupo de leitores interessados em um novo tipo de jornalismo a pensarem. E até a formular uma opinião contestatária. “Mídias alternativas são meios de comunicação que desafiam as formas capitalistas dominantes de mídia, produção, estruturas de mídia, conteúdo, distribuição e recepção” (Fuchs, 2010, p. 178).

A fim de esmiuçar o conceito de crítica, a pesquisa utiliza-se de Karl Marx. A teoria da crítica da mídia foi já prevista em escritos de Marx sobre a imprensa. Para Marx, a essência da imprensa é que é crítica, não comercial. “O escritor, é claro, deve ganhar, a fim de ser capaz de viver e escrever, mas ele deve de nenhuma maneira para viver e escrever, ganhar... O principal na liberdade de imprensa está em não ser um comércio”. (Marx, 1842, p. 71 *apud* Fuchs, 2010, p. 179).

Assim, o argumento é que as estruturas capitalistas são prejudiciais à livre expressão crítica da imprensa, como resgata Fuchs (2010). O pressuposto de Marx (1842) mostra que o objetivo é uma imprensa livre e cooperativa em uma sociedade não capitalista. A noção de crítica que fundamenta o conceito de mídia alternativa é a marxista, como previsto na *Introdução à Crítica da Filosofia do Direito de Hegel* (1844). A crítica da religião termina com o ensinamento que o homem é a mais alta essência para o homem - assim, com o imperativo categórico para derrubar todas as relações em que os homens são degradados, escravizados, abandonados, desprezíveis (Marx, 1844, *apud* Fuchs, 2010).

Criticar aqui é entendido como o humanismo radical, orientação sobre a essência humana, e como oposição a toda a dominação.

Defendo que a crítica marxista não é apenas uma crítica econômica que ignora as formas não econômicas de dominação a partir, por exemplo, de sexo, raça, etnia, nacionalidade, etc., mas que é uma forma de crítica em que todas as formas de dominação são vistas como sendo injustificadas e injustas. (...). A primeira qualidade de crítica da mídia é negação da negação no nível do conteúdo. O conteúdo manifesta interesse e tenta prestar atenção para a realização de possibilidades reprimidas de desenvolvimento social. Tal mídia não aceita estruturas sociais existentes. Seu objetivo é o fortalecimento da cooperação e da participação e a criação de uma sociedade participativa cooperativa (Fuchs, 2010, p. 180).

Dá subjacente é o juízo de que a cooperação e participação são mais essenciais e desejáveis do que a concorrência e a exclusão (Fuchs, 2008). Conteúdo crítico desconstrói ideologias que afirmam que algo não pode ser alterado e mostra contra-tendências e modos alternativos de desenvolvimento. Mídias críticas são negativas na medida em que se relacionam com fenômenos de problemas sociais. Contudo, têm o potencial para se tornar forças positivas sociais ao mudarem a visão para o melhor. Esses meios visam o avanço social de lutas que transformam a sociedade no sentido da realização dos potenciais de cooperação. A forma de produtos de mídia críticos desafia a consciência humana, de modo que a imaginação é potencialmente avançada, como assevera Fuchs (2010, p.180).

Para Downing (2001, *apud* Fuchs, 2010, p. 182), mídias alternativas têm o potencial de estimular o debate público. Elas não são apenas a mídia, mas a mídia incorporada na sociedade. Portanto, meios contra-hegemônicos devem ser vistos como parte de um contexto político mais amplo.

Nessa condição, Fuchs (2010) atenta para o desenho da sistematização da mídia alternativa. Abordagens do processo são principalmente orientadas na comunidade de pequena escala auto-organizada, meios que permitam a participação dos cidadãos. Portanto, são ferramentas de oposição que têm importância política para a esquerda. Seria, então, um erro excluí-las da categoria de meios de comunicação alternativos, apenas porque eles não têm estruturas de produção auto-organizadas. É melhor fazer a

distinção entre diferentes estratégias de mídia alternativa que podem ser apropriadas para diferentes contextos progressivos.

O perigo reside, como sustenta Fuchs (2010), em que esta orientação é tal que essa mídia permanecerá insignificante e será incapaz de ter um potencial político transformador porque não consegue chegar a um público de massa e, portanto, é inábil de ser incorporada em uma grande esfera pública.

No que concerne à forma de manutenção desses mecanismos, são geridos normalmente por doações, com recursos próprios, financiamento público e sem estratégias de captação de recursos via empresas. É um tipo não comercial, sem sustentabilidade por meio de venda de publicidade ou *commodities*. Esse esquema tornou-se inviável com a consolidação da comunicação digital, já que o público migrou para a Internet.

Assim, meios jornalísticos tiveram de se reinventar a fim de se adequar ao período pós-industrial e ao costume de consumir conteúdo gratuito dos leitores. A imprensa alternativa precisou criar um meio economicamente viável para se manter e ter público, sem abrir mão da qualidade e da autonomia. A garantia editorial sem base na dependência da publicidade como fonte de receita. Iniciativas jornalísticas independentes só conseguem firmar-se como tal por meio do terceiro setor. Ou seja, organizações de caráter público sem fins lucrativos e dissociadas de governos. Uma das soluções encontradas pelas instituições passa pelo microfinanciamento (*crowdfunding*).

O microfinanciamento é o processo pelo qual as pessoas e/ou organizações doam pequenas quantias de dinheiro para possibilitar a execução de um produto. Se há meios hoje que vivem da contribuição dos usuários é porque a repercussão e o consumo desse tipo de comunicação alternativa são evidentes. Trata-se da crença em uma causa. O público doa porque quer que o projeto seja concretizado, como acentua Marcela Donini (2014):

É o que acontece no *crowdfunding*, nas doações e nas assinaturas digitais, que ganham força como alternativa de financiamento à medida que os jornais e revistas perdem dinheiro da publicidade. Como em todo projeto de *crowdfunding*, as recompensas não são o maior atrativo para quem contribui com projetos jornalísticos, o que

importa, é a identificação com a causa, que pode ser uma pauta concretizada – se 500 leitores se interessarem pela guerra na Síria, já pode ser o suficiente para produzir uma reportagem especial sobre o tema. As pessoas doam porque se importam com o assunto (Donini, s/p.).

A facilidade de operacionalização e de contribuir sem sair de casa, por exemplo, propiciou a doação de verbas dos leitores ao meio. O microfinanciamento encontrou esteio no *webjornalismo* que permite a participação.

De acordo com Donini (2014), o fato de vivermos em rede alterou a lógica de distribuição da informação. Se antes o fluxo era de “poucos para muitos”, passou a ser, com a Internet, de “muitos para muitos”. Neste terreno fértil, o *crowdfunding* se desenvolveu.

Quanto às hierarquias dentro do processo de trabalho, as alternativas são organizações de mídia populares. Em tais sistemas, não é coletiva propriedade e de tomada de decisão por consenso por aqueles que trabalham na organização, não há hierarquias e autoridades, distribuição de energia simétrica, sem propriedade privada externa, mas a auto-gestão econômica. A divisão do trabalho é supressumida: os papéis de autores, designers, editor, impressoras e distribuidores são sobrepostos.

Sobre conteúdo, Fuchs (2010) discorre: espaços contra-hegemônicos, em contraste aos tradicionais, são caracterizados por forma crítica. Há, sim, conteúdo de oposição que fornece alternativas para perspectivas heterônomas repressivas dominantes que refletem o domínio do capital, o patriarcado, o racismo, o sexismo, o nacionalismo, etc.

Tal conteúdo expressa pontos de vista de oposição que questionam todas as formas de heteronomia e dominação. Portanto, não há contra-informação e contra-hegemonia que inclui as vozes dos excluídos, dos oprimidos, dos dominados, os escravizados, o distante, os explorados e dominados. Um objetivo é dar voz aos que não têm voz, poder da mídia ao impotente, bem como a transcender a filtragem e censura de informações por monopólios corporativos de informação, monopólios estatais, ou monopólios culturais em público (Fuchs, 2010, p. 178).

É o realismo dialético a nível de conteúdo. Crítico conteúdo de mídia é tanto dialético e realista, conforme avalia Fuchs (2010, p. 179). Em primeiro lugar, baseia-se no realismo pressuposto de que existe um mundo fora da cognição que pode ser

percebido, analisado, publicado e criticado. A tarefa de crítica da mídia é descobrir e revelar a essência por trás da existência que é ideologicamente distorcida.

Forma de produto de mídia crítica visa a aumentar a imaginação, é dialética porque envolve dinâmica, não-identidade, ruptura, e o inesperado. Não comercial, de pequena escala. Estruturas de base que utilizam distribuição alternativa, formas que podem ser uma vantagem em situações onde a mídia com objectivo de mobilizar as comunidades locais e para a auto-organização dos cidadãos interessados, que podem se tornar produtores de mídia por eles mesmos. Estruturas profissionalizadas que visam altas taxas de circulação.

Outra forma de ver a mídia alternativa é por meio da noção de identidade. Essas ferramentas são ao mesmo tempo caracterizadas por diversidade e contingência, conforme Olga Guedes Bailey, Bart Cammaerts e Nico Carpentier (2008).

São meios de pequena escala, orientados em direção a comunidades específicas, grupos possivelmente desfavorecidos, respeitando sua diversidade. Independem de Estado e de mercado, horizontalmente estruturados, permitindo, assim, a participação dentro do quadro de multiplicidade e democratização. Saliendam a importância da auto-representação. Isso mostra, como expõem Bailey, Cammaerts e Carpentier (2008), que é possível existir mídia emancipada de mercado e de Estado. Em adição, ser terceiro setor é ainda uma opção dos meios organizacionais. São caminhos mais alternativos de organização e mais balanceados e/ou com estrutura horizontal.

O conceito oferecido por Nick Couldry e James Curran (2003) é o de que mídia alternativa é produção que desafia, pelo menos implicitamente, a concentração real do poder da mídia, o que quer que formem essas concentrações e podem ter em diferentes locais.

Por outro lado, o ponto radical exposto por John Downing (2001, *apud* Couldry & Curran, 2003) é que os meios contra-hegemônicos contestam os blocos de poder estabelecidos com uma visão mais ampla de emancipação social. Esses mecanismos descrevem uma vasta gama de produção de mídia ativa, quase tudo ainda fechado e incorporado todos os dias nas lutas de comunidades individuais.

Para os autores, apesar de plataformas de propagação surgirem em um sistema de viralização e rápida dissipação (ciberespaço), ainda há muitas vozes a serem ouvidas

e ampliadas, como o caso do que é feito nas comunidades e que, muitas vezes, só tem abertura em meios muito próprios de divulgação – as chamadas mídias comunitárias - que serão abordadas mais na frente.

O poder desafiador da mídia alternativa é destaque nas definições desse tipo de ferramenta de comunicação em Couldry e Curran (2003). Os autores abordam e contestam o poder da mídia facilitado pela Internet e para lados transversais que não os mais tradicionais. Se o poder da mídia em si está em crescimento significativo do tema de conflito social, então os estudos das mídias devem ajustar seu foco para incluir não só a produção convencional (grande televisão, canais de rádio, grandes filmes, o principal portal Web, e outros), mas também o terreno mais amplo de produção de mídia, alguns dos quais procuram, explicitamente ou implicitamente, desafiar concentrações centrais de pesquisa de mídia, segundo atestam.

Fora isso, os níveis de ativismo global têm sido alastrados em um período recente, incluindo manifestações de massa, campanhas de publicidade sustentadas contra corporações e agências de desenvolvimento mundial, e a ascensão da responsabilidade pública inovadora para condutas empresarial e governamental. Em áreas onde novos padrões de associações humanas estão emergindo na responsabilidade de novos problemas – e novas formas de ações públicas são desenvolvidas – novas opções de comunicação têm o potencial de transformar política organizacional e relações de poder na política.

Oferecem, ainda, espaço aéreo às manifestações culturais locais para grupos étnicos minoritários. A pluralidade das participações nas mídias alternativas é questão a ser posta como relevante. Conforme Bailey, Cammaerts e Carpentier (2008), a ênfase principal na descrição desses meios não é a sua função como parte da esfera pública, mas em seu papel catalítico no funcionamento do cruzamento, onde pessoas de diferentes tipos de movimentos e lutas se encontram e colaboram. Eles poderiam ser, por exemplo, membros de movimentos de mulheres, camponeses, estudantes, e /ou anti-racistas. Esses instrumentos comunicacionais não apenas dão voz às minorias, mas também questionam e desestabilizam a fórmula moldada de se fazer jornalismo e ainda põem por terra as certezas e mecanismos de exercer controle e impor conformismo.

A elusiva identidade das mídias alternativas significam que elas podem – por sua existência e funcionamento –

questionar e desestabilizar a rigidez e as certezas das organizações midiáticas públicas e comerciais. Ao mesmo tempo, suas marcas elusivas de mídia alternativa (como um todo) difíceis de controlar (...), assim garantindo sua independência (Bailey, Cammaerts & Carpentier, 2008, p.29).

Interpelação chave no processo de desmistificação da mídia alternativa é a participação. A relevância desse tipo de meio foca-se, por um lado, no facilitar participações de indivíduos ou grupos na comunicação, de maneira a serem parte integrante nos processos de diálogo, debate e deliberação. Não apenas permitem, mas são mecanismos facilitadores, nesse mais radical significado. Entretanto, Wasko e Monodistinguem participação na mídia e através da mídia. Democratização na mídia e através dela. “Ambas as participações na mídia e através dela vêm de um processo (massivo) comunicativo não como séries e práticas que são frequentemente restritivamente controladas por profissionais da mídia, mas como um direito humano que atravessa sociedades inteiras” (Wasko & Mono, 1992, *apud* Bailey, Cammaerts & Carpentier, 2008, p. 5).

Essas formas de participação de mídia permitem aos cidadãos serem ativos em uma de muitas micro-esferas relevantes para a vida diária e para por em prática o seu direito de comunicar. Tudo isso autoriza uma macro participação. A justificar como uma participação política e através de ofertas de mídia com as oportunidades extensivas de debate público e da representação nos espaços públicos. O macro está relacionado a mais abordagens ritualísticas em direção à mídia em geral, como problematiza Couldry (2002, *apud* Bailey, Cammaerts & Carpentier, 2008).

Berrigan clama que o acesso e a participação da comunidade poderiam ser considerados pontos nevrálgicos para a definição de mídia alternativa: “São meios que membros da comunidade têm acesso a informação, educação, entretenimento, quando eles querem acessar. Eles são meios em que a comunidade participa como planejadores, produtores e artistas. Eles significam a expressão da comunidade, em vez de para a comunidade” (Berrigan *apud* Bailey, Cammaerts & Carpentier, 2008, p. 11-12).

Uma segunda abordagem de desmistificação da mídia alternativa é ser uma “alternativa” à corrente principal. Há uma clara distinção entre mídia alternativa e a chamada *mainstream media*. A alternativa vem sendo vista como um suplemento a principal ou como uma crítica contra-hegemônica do viés massivo.

O alijamento dos conteúdos mais críticos pelos *mass media* fez surgir uma “alternativa”. As vozes de ativistas políticos e das minorias estão fora do desenho dos meios tradicionais de jornalismo, assim defendem Couldry e Curran (2003), nos colocam como ponto de situação. Porém, segundo eles, a viabilidade política de novos movimentos deve estar em dúvida por não fazerem parte da mídia massiva. Na conclusão dos autores, o espaço de conteúdo político tem sido sacrificado por mais programação comercialmente viável. A exposição contempla, ainda, a hipótese de que há notáveis casos em que a lógica da mídia tem minado a viabilidade e a coerência organizacional dos movimentos sociais.

Na noção gramsciana, mídias alternativas são inseparáveis da ideologia e da dominação. O pensador italiano Antonio Gramsci (1991) desenvolveu o conceito de hegemonia – dominação por consentimento que engloba, além do processo político, o cultural, a arte e a filosofia, ciências que se articulam, junto à política e economia, para produção de pensamento determinante e dominante. Assim, a mídia alternativa rompe com o aspecto hegemônico e, ao contrário, prega a contra-hegemonia. São forças que realizam pequenas disputas e lutas, questionam, manifestam suas contrariedades, em um cenário hegemônico globalizado formado por ideais neoliberais e de democraciarepresentativa, que acentuam as desigualdades sociais e monopolizam as decisões políticas e econômicas no mundo. Para Gramsci, uma força contra-hegemônica só pode ser reconhecida como tal na medida em que consegue ultrapassar a espontaneidade do movimento, que intervém na mudança e alteração de uma dada estrutura social.

Atton (2002) afirma que nós podemos considerar o alcance completo da alternativa e mídia radical como representando desafios da hegemonia, se uma plataforma política explícita, ou empregando os tipos de transformação de papéis existenciais, rotinas, emblemas e sinais, no coração do estilo subcultural de contra-hegemonia.

Ao longo da mesma linha, Downing (*apud* Bailey, Cammaerts & Carpentier, 2008) descreve mídias alternativas – em vez de radicais – como geralmente de pequena escala e “expressando” uma visão alternativa de políticas hegemônicas, prioridades e perspectivas.

Na discussão de mídia alternativa é importante salientar as noções de representação e de hegemonia. Uma das razões para a existência do meio alternativo é dar voz à ideologia para aqueles que estão sob ou deturpados em canais de comunicação que seguem uma lógica mercadológica.

Mídias da corrente principal são emolduradas como um local contestado de competição de agenda cuja lógica interna, valores institucionais e imperativos comerciais induzem a uma leitura da realidade em desacordo com as aspirações daqueles fora da órbita da corrente principal (Bailey, Cammaerts & Carpentier, 2008, p. 16).

I.2. Mídia massiva

É de valoração a esta pesquisa também conceituar a mídia da corrente principal como forma comparativa e de estabelecimento de relações com os instrumentos de comunicação mais contra-hegemônicos. Exposição de contra propostas e linhas de pensamento e até mesmo para situar os meios que servem à prática contestatória no cenário atual.

Mainstream media é caracterizada usualmente como mecanismos de larga escala e engendrados em direção a homogeneidade em relação a grande audiência. Além disso, são organizações estatais ou companhias comerciais, vertical ou hierarquicamente estruturadas e, por fim, carregam um discurso dominante e representações. Tendem a ser orientados em direção a diferentes tipos de elite, em noticiários regulares a favorecer fontes do governo, frequentemente resultando em uma tendência estrutural.

Outrossim, são prováveis de construir e conceder legitimidade para levar valores sociais através da exposição deles à audiência. Nesse processo, mídias da corrente principal tornam-se ideológicas quando reproduzem uma construção e visão preferida da realidade. Em adição, elas têm o poder de definir quais as questões específicas para trazer para a arena, e elas tornam-se ideológicas para dar prioridade às ideias dos atores sociais principais, tais como o estado, políticos e setor privado fora da visão de minorias desfranqueadas da sociedade civil, na visão crítica de Bailey, Cammaerts e Carpentier (2008).

Em uma exposição de valores, as visões do capitalismo global e injustiça social são retratadas pela *mainstream media* de maneira condescendente e desconsiderada. Para além dos fatos conceituais, elas usam fontes oficiais de informação e opinião e muito frequentemente negam o acesso a manifestantes para apresentarem suas visões. O resultado, na observação de Bailey, Cammaerts e Carpentier (2008), é uma demonização da demonstração e a construção de um consenso geral em favor da economia global. Em outras palavras, a mídia da corrente principal joga com um papel crucial na naturalização de formas de dominância do senso comum (Bailey, Cammaerts & Carpentier, 2008, p. 16).

No avaliar das definições de mídia de massa põem-se como ponto de discussão as relações entre os tipos tradicional e não-hegemônico de fazer jornalismo. Cabe lembrar que não há lugar para maniqueísmos ao tratar de conteúdos midiáticos. Protestos, campanhas contra negócios corporativos têm recebido cobertura favorável na liderança dos principais meios de comunicação. Entretanto, quase sempre com um viés diferente do que é esmiuçado nos organismos alternativos. Bennett (*apud* Couldry & Curran, 2003) destaca que há pequena evidência que a mídia global tem marginalizado protestos globais. Para além dessa questão, a ascensão das redes de ativistas mundiais tem desafiado o poder da mídia de massa, como nos ofertam Couldry e Curran (2003).

Tudo isso dito, um número impressionante de ativistas tem seguido a trilha do poder do mundo dentro relativamente de arenas internacionais desconhecidas e encontrado criativas maneiras de comunicar preocupações e contestar o poder das corporações e arranjos de economia transnacional. Nesse processo, muitas mensagens específicas sobre abusos corporativos, organismos geneticamente modificados, destruição de florestas tropicais e o surgimento de movimentos pequenos de resistência (...), já alcançaram os meios de comunicação de massa em seus próprios termos” (Bennett *apud* Couldry & Curran, 2003, p. 18 e 19).

I.3. Multiplicidade

É preciso lembrar que o conceito de mídia alternativa é amplo. Apesar da generalidade da definição de uma identidade contra-hegemônica e horizontal, há

diversidades dentro do campo de estudo desses meios. As diferenças passam pela organização de notícias, operacionalização de conteúdo produzido e relação com a sociedade. Os objetivos podem ser divergentes e as plataformas de comunicação também. Não há uma homogeneidade. Ao contrário, são abordagens múltiplas. “A multiplicidade de organizações de mídia que carregam esse nome tem causado a maioria das abordagens mono-teóricas para focar em apenas determinadas características, ignorando outros aspectos da identidade da mídia alternativa” (Bailey, Cammaerts & Carpentier, 2008, p. 5).

De acordo com Bailey, Cammaerts e Carpentier (2008), a rejeição da produção de valores do trabalho ‘profissional’ conduz a uma diversidade de formatos, gêneros e experimentações da mídia alternativa. Então, esses meios podem ser terreno fértil para a inovação até para atingirem qualitativa e não quantitativamente o público de forma a provocar reflexões questionadoras.

Em alguns casos, mídias alternativas são vistas como não profissionais, ineficientes, limitadas em sua capacidade de alcançar largas audiências e tão marginais como alguns grupos sociais a quem elas tentam dar voz. Essa negação da necessidade de alternativa como mídia principal é considerada a fim de cobrir todas as funções relevantes para a sociedade (Bailey, Cammaerts & Carpentier, 2008, p. 20).

A abordagem das diferenças é usada para estruturar o tratamento teórico. Esta posição nos permite distinguir entre uma abordagem mais essencialista e uma mais relacionista para fornecer uma visão geral dos componentes que constroem a identidade da mídia alternativa. A abordagem mais essencialista tende a ver identidades como estáveis, independentes e possuindo uma essência verdadeira. A abordagem mais relacionista incorpora noções de fluidez e contingência, vê identidades como mutuamente dependentes e ignora a existência de essências verdadeiras, como nos apresenta Bailey, Cammaerts e Carpentier (2008, p.5).

Todavia, não há um esboço de estudo que aponte as divergências entre esses meios.

I.4. No ciberespaço

Vale pensar no alcance das mídias alternativas. Esses mecanismos de divulgação de notícias ganharam espaço no mundo virtual onde a diversidade de conteúdos é abarcada e vista por milhares de pessoas. Um núcleo de libertação. Conforme Turkle (1995), o computador oferece-nos tantos novos modelos da mente como um novo meio no qual podemos projetar nossas ideias e fantasias. É dentro do ecrã que é possível encontrar de tudo, uma vasta gama de conteúdos e uma diversidade de pensamentos e também um jornalismo ávido por criticar e opinar sobre fatos e funcionamento da sociedade. Problematizar a escolha por parte do leitor. Em meio a tantos conteúdos no espaço virtual, quais os critérios para seleção de leitura?

No convergir de pensamentos e ansiedade de liberar conteúdos, os meios alternativos encontraram no ciberespaço abertura para replicar forma de escrita divergentes do tradicionalismo marcante nos *mainstream media*. É lá que as soluções de divulgação e de abrir caminhos para escancarar a voz ativa e popular foram alinhadas. Textos ideologicamente críticos são dissipados e têm grande alcance, seja em páginas eletrônicas, redes sociais, blogs, e outras ferramentas. Pode-se arriscar, até, levantar a asseveração de que as mídias alternativas ganharam vez com a emergência da Internet.

Uma relativa generalização é que a escala de protestos em nível global parece ser impossível sem a comunicação global e coordenação de capacidades da Internet. “A escala desse ativismo é a maneira em que a preferência de lideranças e redes inclusivas são adequadas para distribuir e multidirecionar capacidades de comunicação da Internet” (Couldry & Curran, 2003, p. 24).

Como vários meios de comunicação tornam-se conectados de forma interativa, como lembram Couldry e Curran (2003), a informação flui mais facilmente através das fronteiras tecnológica, social e geográfica. A ascensão das redes globais de protesto visa trazer a justiça social para um regime econômico, mundial e neoliberal. Essas redes ativistas têm usado novas mídias digitais para coordenar atividades, planejar protestos e divulgar informações, muitas vezes de alta qualidade sobre as suas causas. Bennett (*in*Couldry & Curran, 2003) vai além ao colocar que os ativistas globais têm descoberto não apenas como se comunicar entre si sob o radar dos meios de comunicação, mas como fazer que suas mensagens cheguem aos canais de mídia de massa.

A informação densa das redes da Web oferta ampla evidência da comunicação interna. Um grande número de ações de massa ao redor do mundo tem recebido extensa, se não negativa, cobertura da mídia. Pelo menos, tal cobertura sinaliza a presença de um movimento que é demandado para dizer nas políticas econômicas do mundo e suas implicações sociais e ambientais (Couldry & Curran, 2003, p. 18).

De acordo com Couldry e Curran (2003), atividades de ativismo global parecem estar associadas em vários caminhos à Internet. A rede mundial e outras tecnologias permitem que as pessoas organizem políticas de forma a superar limites do tempo, do espaço, identidade e ideologia, resultando na expansão e coordenação de atividades que não seriam possíveis ocorrer por outros meios, mesmo para aqueles que ainda estão no fosso digital, o que pode ser superado com a assistência de grupos dedicados a transferência de tecnologia.

Assim, Castells (2001) molda um cenário da atuação da Internet junto aos instrumentos contestadores. O contributo da rede para uma intervenção política responsável e transparente ainda é incipiente e, o que existe, é bastante indefinido do ponto de vista de credibilidade, pois a informação útil e credível facilmente aparece misturada com orumor, a ficção e a conjectura.

Na sociedade em rede, a Internet está a constituir-se no meio privilegiado para o desenvolvimento das actividades dos diversos movimentos sociais, sejam elas de carácter abertamente contestatário ou sofisticadamente voltadas para o boicote e sabotagem dos sistemas tecnológicos ou dedicadas à disseminação de valores ideológicos ou apelando para práticas de luta social. Estes movimentos, perante os recursos que a Internet lhes fornece, ao reformularem os seus modos de atuar, assumem características novas que se relacionam com a redefinição dos seus valores culturais e do sentido de vida; com a assunção de novos espaços de ação mais flexíveis e dinâmicos através de uma maior espontaneidade; e com uma atitude mais globalizante e abrangente face aos pressupostos de uma cultura da globalização vigorante. Assim, Castells define estes movimentos como sendo “emocionais” que se destinam a “tomar as mentes e não o poder do Estado” (2001, p.71) e que, ao apresentarem preocupações de nível local têm que, necessariamente, “agir globalmente” (2001, p.73) para que as suas lutas e reivindicações tenham um ecocompatível, em termos de dimensão, com as realidades contra as quais eles se insurgem.

A rede mundial foi capaz de alterar a noção de espaço, construindo ramificações de mídia e novas paisagens sociais, como argumenta Castells (2001). A Internet é flexível, aberta e multidirecional. Segundo o autor, novos modelos comunicacionais gerados a partir do fenômeno Internet exploram a sua relação com o conceito multimídia, dando-nos conta da relativa dificuldade em fazer convergir as linguagens *scripto-audio-visual* na Internet, mas ao mesmo tempo as implicações que advêm da livre circulação de música, vídeo, jogos, jornais, livros e outras expressões. Assim, é possível fazer circular conteúdos alternativos sem censura.

Outra razão para o otimismo, como nos apresentam James Curran, Natalie Fenton e Des Freedman (2012), é que a Internet é menos sujeita a censura do Estado do que a mídia tradicional, e é, portanto, mais capaz de hospedar, um discurso global irrestrito livre entre os cidadãos.

É em parte porque “as pessoas vão se comunicar mais livremente e aprender mais sobre as aspirações do ser humano seres em outras partes do mundo”, de acordo com Frances Cairncross (1997), que “o efeito será o de aumentar a compreensão, a tolerância adotiva e, finalmente, promover a paz no mundo inteiro”. Estes temas - alcance internacional da Internet, a participação do usuário, e liberdade - continuaram a ser invocados na década de 2000 como motivos para pensar que a internet iria unir o mundo em crescente amizade (*apud* Curran, Fenton & Freedman, 2012, p.7).

Teóricos políticos críticos avançam um argumento paralelo (Fraser, 2007; Bohman, 2004; Garteche, 2007, *apud* Curran, Fenton & Freedman, 2012). Sua alegação é que, o que Nancy Fraser (2007, p. 18-19) chama de “desnacionalização da infraestrutura de comunicação” e a ascensão das “redes de Internet descentradas” estão criando teias de comunicação que se interconectam entre si para criar uma esfera pública internacional de diálogo e debate. A partir daí está começando a emergir supostamente uma “ética transnacional”, “normas públicas globais” e “opinião pública internacional”. Isto oferece uma nova base de poder popular capaz de manter a conta transnacional, poder econômico e político. A Internet é apresentada como um trampolim para a construção de uma nova ordem social, progressista, conforme apontam Curran, Fenton e Freedman (2012).

No entanto, tem sido proclamado que a Internet vai revitalizar a democracia liberal de outras maneiras. O público será mais capaz de controlar o governo através do seu acesso sem precedentes à informação (Toffler & Toffler, 1995, *apud* Curran, Fenton & Freedman, 2012). A Internet também irá minar o controle da elite política, porque, de acordo com Mark Poster (2001 *apud* Curran, Fenton & Freedman, 2012), a Internet é capaz de “capacitar anteriormente grupos excluídos”. Na verdade, a Internet vai estender canais horizontais de comunicação entre os grupos sociais, recuperar poder e inaugurar um “renascimento da democracia” (Agre, 1994, *apud* Curran, Fenton & Freedman, 2012).

O papel da Internet na coordenação do protesto político internacional também precisa ser colocado em perspectiva nas contas de Curran, Fenton e Freedman (2012). As forças internacionais galvanizadas pela rede ainda são relativamente fracas, com pouca compra para influenciar a política global. Em suma, a Internet tem energizado ativismo. Mas, no contexto da política desafiada, tem aumentando a manipulação política no centro, uma inexplicável ordem global e o enfraquecimento do poder eleitoral. A Internet, por fim, não tem revitalizado democracia, como constroem os autores. A rede está pondo fim a uma era de magnatas da mídia e controle conglomerado do jornalismo.

O rápido crescimento do uso de sites de redes sociais pede uma reconsideração do significado da participação política mediada na sociedade, segundo expõem Natalie Fenton e Veronica Barassi (2001). Castells (2009) sustenta que *sites* de redes sociais oferecem uma forma de comunicação de massa em que os indivíduos podem adquirir uma nova autonomia criativa.

A participação é ponto *sine qua non* ao estudo da atuação da mídia no espaço virtual. Esse último é palco para a interatividade e para a socialização de conhecimento, além de ser um lugar para vozes dissidentes questionarem quem deve ter acesso à esfera pública e quais temas devem estar em pauta. Tudo isso é imprescindível a ações de crítica à sociedade atual. Entende-se por interatividade a criação conjunta, em que as audiências se tornam participantes do processo de criação do conteúdo da mídia. Gestão coletiva da informação que não segrega emissores e receptores, tornando-os atores de “publicações abertas”.

Com a explosão da mídia digital tem vindo a extensão das plataformas de mídias sociais nas vidas de muitos que são tecnologicamente privilegiados e rede para o novo

ambiente de comunicação. Esta nova prática de sociabilidade mediada (Sassen, 2004, *apud* Fenton & Barassi, 2001) também trouxe com ela várias reivindicações da transformação das relações entre a cidadania e os meios de comunicação e a facilitação de novas formas de participação política, bem como um novo meio de imaginar nossos futuros políticos.

Nas ciências sociais, há muito desacordo sobre as possibilidades políticas oferecidas pelos meios de comunicação social. Alguns estudiosos afirmam que a Web 2.0 e especialmente sites de redes sociais podem permitir nova política e criativas possibilidades que funcionam ao mesmo tempo como sítios de participação democrática e a colaboração em massa, oferecendo ao mesmo tempo a autonomia individual (Fenton & Barassi, 2001, p. 180).

É importante trazer à luz da problemática a individuação nas redes sociais e sites. As práticas de divulgação e leitura nessas plataformas podem ser libertadoras para os indivíduos, mas não necessariamente servirão à democratização da sociedade. Os debates sobre o potencial democrático nesses meios têm sido frequentemente afetados pelo foco no indivíduo e pelo pressuposto de que, através da participação individual e uma realização da política do eu, as pessoas vão se ligar a movimentos mais amplos onde transformações políticas significativas e mudança social podem tomar lugar (Castells, 2009&Stiegler, 2008, *apud* Fenton & Barassi, 2001).No entanto, a pesquisa atual sobre as mídias sociais afeta a política interna dos grupos coletivos e as formas de comunicação auto-centradas que essas plataformas permitem podem desafiar, ao invés de reforçar, a criatividade coletiva dos movimentos sociais.

Na base de ideias levantadas por Castells (2005), a tecnologia é condição necessária mas não suficiente para a emergência de uma nova forma de organização social baseada em redes, ou seja, na difusão de redes em todos os aspectos da atividade na base das redes de comunicação digital.

O ciberespaço, segundo Castells (2001), balanceia entre um processo de intenções completamente pacífico e tendente à melhoria do desenvolvimento humano, apostando no aumento das interações e dos processos comunicacionais, e um conjunto enorme de possibilidades de desvirtuamento dessas boas intenções, mercê da total abertura dos seus sistemas que propiciam também um uso menos abonatório, onde o crime, a manipulação e a intoxicação política e social também germinam em ótimas

condições de desenvolvimento. Nesse contexto, é possível citar o uso das redes sociais, de *sites* e *blogs* por grupos extremistas para conquistar apoios e firmar uma imagem de poder. Um exemplo é do ISIS – Estado Islâmico do Iraque e do Levante – que investe em ofensivas digitais por meio do Twitter². Uma forma de promover ataques, sequestros e bombardeios. A Internet usada como estratégia militar.

Uma colocação relevante ao estudo no que diz respeito ao ciberespaço é que esse meio virtual não está desvinculado do mercado. Ao contrário, assim como está aberto aos conteúdos alternativos, é plataforma de divulgação de teorias hegemônicas. Em outras palavras, a ascensão da Internet não tem minado organizações de notícias de liderança. Mas permitiu-lhes alargar a sua hegemonia em tecnologias de diâmetro, na visão de Curran, Fenton e Freedman (2012). Por outro lado, a Internet tem, por conseguinte, renovado o dinamismo do mercado, e desencadeado um turbilhão de força de criatividade do negócio. A rede está esculpindo novas oportunidades de mercado, baixando os custos e permitindo a atuação de produtores de baixo volume para satisfazer a demanda.

A organização da Internet passou de uma lógica estatal-militar-acadêmica (leia-se modelo norte-americano de inovação gerado pelo complexo industrial-militar) para outra acadêmico-mercantil, a partir da privatização geral ocorrida na década de 1990. Não se trata somente da passagem de uma lógica estatal para outra privada, mas, por um lado, de uma economia pública, centrada no investimento estatal, para de mercado, de

²O Estado Islâmico do Iraque e do Levante (ISIS) têm investido em uma ofensiva digital. O Twitter é o meio mais utilizado e o perfil do ISIS costuma, cotidianamente, ser bombardeado com mensagens de apoio. O grupo comanda o envio automático coordenado de uma série de tuítes àqueles que assinam o serviço. O uso das redes sociais pelo ISIS não é algo novo. O Estado Islâmico, que surgiu a partir da al-Qaeda no Iraque, deu início a uma onda de bombardeios, sequestros e assassinatos no país há meses, e sua sangrenta campanha é sempre promovida pela Internet. Eles anunciam ataques a cidades e postam imagens com *hashtags*. Uma delas foi #ISISWeAreComingBaghdad (“Estamos chegando, Bagdá”). Segundo especialistas, a utilização de redes sociais faz parte de uma estratégia militar. As atividades online servem para conquistar apoio e projetar uma imagem de poder – algo além do alcance físico do grupo. Desde sua criação, em abril do ano passado, o ISIS dissemina imagens de seus militantes distribuindo esmolas aos pobres e punindo bandidos na Síria – onde tornou-se um dos principais grupos jihadistas no combate às forças do governo – na tentativa de construir uma narrativa mais ampla. Em sua conta no Twitter, o grupo fornece informações detalhadas sobre suas operações, incluindo o número de bombardeios, missões suicidas, assassinatos e cidades controladas. O ISIS também lançou uma campanha *online* em busca de apoio para suas operações na Síria e no Iraque, pedindo que simpatizantes em todo o mundo se filiem com a bandeira do ISIS e postem os vídeos nas redes sociais. Além do uso de *hashtags* em campanhas de informação, o grupo ainda produz vídeos promocionais estimulando a participação em sua “campanha de um bilhão”, que pede que muçulmanos postem mensagens, fotos e vídeos de apoio no Twitter, Instagram e YouTube.

acordo com diferentes modalidades de mercantilização e, em mais uma opção de análise, de uma lógica política militar, de defesa, para outra, de privatização, regulação e globalização econômica, de apoio à reestruturação capitalista e à manutenção da hegemonia norte-americana nas relações internacionais no campo econômico.

Outro ponto a ser levantado é a questão dos custos e do impedimento de o alternativo ter vez na economia ligada a interesses de compra e venda de informação, trocas comerciais claras envolvendo empresas, governos, instituições públicas e meios de comunicação. No entanto, a Internet veio facilitar e, por outro lado, potencializa e também fornece espaço ao segmento mais tradicional de informação: as mídias massivas.

Enquanto a economia e outros fatores têm anteriormente retido mídia alternativa, a Internet reduz o custo de entrada e diminui a importância de certos tipos de experiência gerencial restrita. A questão permanece, contudo, qualificada, sim. A Internet permitiu a rápida construção da audiência global. Contudo, a natureza dessa audiência é problemática: se é verdade que a sociedade civil global está emergindo da Web, é aquele que é o segmento de interesse e estruturado na desigualdade. (Couldry & Curran, 2003, p. 13).

A Internet é barata e sem a mediação de publicações corporativas. Barato, é claro, é um termo relativo. É barata não em termos absolutos, mas relativos na eficiência de distribuição da mensagem. Não claramente, não é uma panaceia que garante liberdade de expressão para todos, como salientam Couldry e Curran (2003). Mas enquanto é acessível para todos os que têm algo a dizer, não aumenta drasticamente o número de pessoas que podem pagar o tempo e o dinheiro para distribuir informações translocadas para um grande número de outras pessoas.

Em um espaço tão vasto como o virtual, a mídia alternativa só faz sentido como contraponto. E assim tem-se firmado como uma nova forma de fazer jornalismo. Uma alternativa mesmo ao formalismo e ao consumo massivo de temas que dão vazão a questões de interesse estatal. E até uma opção ao entretenimento. Um meio informacional aberto e apto a provocar. Centros de comunicação que encontraram na rede mundial abertura para expressar. A Internet foi apropriada pela mídia de contra-informação e, desta maneira, possibilita a experimentação de outros usos, alternativos e politicamente engajados, dos meios de comunicação.

Assim, o resumo de conceitos diz que a contra-informação precisa ser dissipada e a Internet é um mecanismo vigente e eficaz na divulgação de conteúdos, sejam eles do jornalismo tradicional engendrado na lógica de mercado, sejam da voz alternativa. Outras possibilidades de informar surgiram no meio comunicacional. A emergência de novas tecnologias na conjuntura da globalização mudou a forma de comunicar. A nível político, os novos tipos de meios informativos têm auxiliado a criar novos espaços de mídia para expressão de comunidades. E dado voz aos sujeitos comuns. Esse tipo de meio voltado ao povo será exposto no decorrer do próximo capítulo.

O capítulo exposto, em curso na Parte I, descortinou a mídia alternativa e sua inserção no espaço virtual. No primeiro subtópico, apresentamos definições no que tange à ideologia, conteúdos, modo de escrita, sustentabilidade, identidade, ativismo, participação e amplitude (esse último presente no terceiro subtópico). Já no segundo, trouxemos os conceitos de mídia massiva, por estar relacionada ao tema e servir como ponto-chave de discussão no que concerne aos comparativos de oposição. O capítulo se encerra com as argumentações sobre o ciberespaço e sua absorção de conteúdos propostos pelos meios de contra-informação. Explicitando a emergência da Internet e seu formato de libertação a novas formas de comunicação. O próximo trata da mídia comunitária.

Capítulo II

Voz e comunicação popular

O capítulo que segue vai se debruçar sobre as mídias comunitárias, seus objetivos, atuação nas comunidades, ideologias e alcance com a emergência da Internet. Outra forma encontrada para definir e esmiuçar esse tipo de meio foi relacioná-lo a comunicação popular, media radical alternativa e movimentos sociais. A pesquisa descortina aqui a cultura popular e seu vínculo com as mídias comunitárias.

II.1. Mídia comunitária

Mídias alternativas são orientadas em direção a uma comunidade, independente de sua exata natureza – definida, segundo Bailey, Cammaerts e Carpentier (2008), geograficamente, espacialmente – mas a relação entre o meio e a comunidade transcende uma forma de comunicação comum. Para os autores, mídia comunitária deveria ser promoção e participação dessa comunidade. Relações entre radiodifusão e comunidade são definidas pelo conceito de duas vias de comunicação. Assim, podemos localizar mídia comunitária dentro do conceito de mídia alternativa.

O objetivo da mídia alternativa em uma abordagem comunitária é frequentemente traduzida como permitir e facilitar acesso e participação de membros da comunidade. São dadas oportunidades a essas pessoas de terem suas vozes ouvidas e terem a responsabilidade de distribuir suas próprias ideologias e representações. Tópicos relevantes podem ser discutidos pela comunidade.

Essas comunidades, como colocam Bailey, Cammaerts e Carpentier (2008), são grupos sociais que representam unilateralmente desfavorecidos, estigmatizados ou mesmo reprimidos. Assim, por meio das mídias comunitárias, eles podem ter acesso e beneficiar de canais de comunicação abertos para fortalecer suas identidades. Além de permitir mudanças sociais e/ou desenvolvimento. Os autores pontuam uma abordagem voltada para os meios de comunicação comunitários. A argumentação desenvolve-se na

assertiva de que a participação de membros de uma comunidade na produção e organização de conteúdo de mídia é central para a mídia alternativa.

São relevantes para as comunidades porque fazem com que seus membros tenham suas declarações consideradas importantes o suficiente para serem transmitidas. Manifestam, assim, suas identidades para o lado de fora do mundo e estão a permitir mudanças sociais e desenvolvimento.

Bailey, Cammaerts e Carpentier observam que o conceito de comunidade tem sido, ultimamente, reduzido ao significado geográfico. “Essa redução tem posicionado a mídia alternativa na posição de pequena escala local, gradualmente, de enfatizar seu papel de servir a comunidade e eventualmente de liderar a adoção do formato de mídia comercial em seu esforço para sobreviver” (Bailey, Cammaerts & Carpentier, 2008, p. 15). “O Corvo” segue nessa linha. Conteúdos publicados para a sociedade lisboeta. Serve a comunidade no sentido de disponibilizar informações gerais sobre a cidade, problematizar questões de cunho urbanístico, patrimonial, cultural, ambiental e outros. Dar vez e voz ao público. Assim, a página mantém viva a sua essência de mídia comunitária. Recebe, com certa frequência, interpelações dos leitores e, com isso, respalda sua escrita.

Downing (2002) adota o termo mídia radical alternativa como mídia alternativa de grupos, o que pode ser equiparado a meios de comunicação voltados a comunidades. Para ele, mídia radical alternativa são as canções populares, como a música negra de vários países, a dança afro-americana, o grafite praticado por gangues de jovens, a cultura hip-hop, o vestuário – que eu denomino mídia têxtil, como os que eram utilizados na Guatemala durante a ditadura militar. As colchas sul-americanas que eram usadas de forma clandestina, broches e *buttons*. Adesivos de pára-choques de caminhões, rock de garagem, teatro de rua, vídeos populares, TVs comunitárias, rádios comunitárias e de acesso ao povo. E muitos movimentos que hoje se encontram na Internet. A definição é: ferramentas em que a base de tudo é a comunicação entre pessoas ativas, e essa comunicação possa ou não, ser mediada por aparelhos.

Como contraponto, nem sempre a mídia radical alternativa é progressista. A defesa de movimentos pode não ser em prol de causas voltadas ao povo, mas de movimentos fascistas, ditatoriais, extremistas. Os resultados podem ser negativos. É o caso da comunicação utilizada nas ditaduras e em governos de esquerda praticados em

países da América do Sul. O governo possui veículos alternativos que fazem propagandas declaradas da gestão, a fim de exercer controle de ação e pensamento dos cidadãos. Como também a imprensa alternativa, por vezes, orienta-se em direção a grupos extremistas que utilizam de estratégias de propagação de conflitos, ideia já citada no Capítulo I. As mídias radicais alternativas são exemplos de resistência e sobrevivência, conforme Downing (2002). Sinônimos de ativismo e atuantes na representação de segmentos sociais ou políticos. A professora da universidade de Oklahoma, Clemência Rodriguez (2001), legitima a expressão “meios cidadãos”. Segundo ela, a cidadania completa deve incluir a possibilidade e a práxis de se comunicar na base da sociedade. Não uma base de comunicação vertical, mas uma comunicação lateral, horizontal, também vertical só que na direção reversa.

Já Cicilia Peruzzo (2004) acredita que a nova comunicação representa um grito de denúncia e reivindicação. Os meios comunitários são, portanto, vinculados à prática de movimentos coletivos, retratando momentos de um processo democrático inerente aos tipos, às formas e aos conteúdos dos veículos, diferentes daqueles de estrutura então dominante, da chamada ‘grande imprensa’. O processo acabou por exteriorizar pequenos jornais, boletins, alto-falantes, teatro, folhetos, volantes, vídeos, audiovisuais, faixas, cartazes, pôsteres, cartilhas e outros.

A participação popular é o cerne dos “novos” veículos voltados às comunidades. Daí a função de dar voz ao povo. Esses movimentos nascem no seio de grupos sociais, de forma natural. “[A comunicação popular] é resultado de um processo, realizando-se na própria dinâmica dos movimentos populares, de acordo com as suas necessidades. Nessa perspectiva, uma de suas características essenciais é a questão participativa voltada para a mudança social” (Peruzzo, 2004, p. 115).

Mídias comunitárias atrelam-se a movimentos sociais, no sentido de as primeiras serem mecanismos de comunicação popular capazes de dar visibilidade às questões e reclames dos grupos minoritários ativos e mobilizados na busca de soluções a injustiça social. Sempre sob uma perspectiva plural e não individual em defesa do coletivo.

No que concerne à interlocução popular, Peruzzo classifica: “Falar de uma comunicação ‘popular’ também envolve conotações diversas, destacando-se, a nosso ver, três correntes em seu estudo: popular-folclórico, popular massivo, popular alternativo” (Peruzzo, 2004, p. 118).

Alguns autores têm chamado a comunicação popular de alternativa – além de muitos outros adjetivos que lhe são atribuídos, como comunitária, participativa, dialógica, horizontal, usados geralmente como sinônimos, como nos apresenta Peruzzo (2004). A autora nos coloca a distinção entre o popular e o alternativo. “No Brasil, a expressão ‘imprensa alternativa’ tem recebido conotação específica, entendendo-se por ela não o jornalismo popular, de circulação restrita, mas os periódicos que se tornaram uma opção de leitura crítica em relação à grande imprensa” (Peruzzo, 2004, p. 120). Para além disso, é necessário levar em consideração que por comunicação popular se podem compreender processos variados, o que lhe confere características singulares.

Comunicação popular enquadra-se mais no conceito de mídia comunitária. Ou seja: meios de informação que são ferramentas de clamor de um grupo de pessoas, que podem estar unidas em um movimento social de teor atuante.

Nas palavras de Peruzzo (2004) sobre comunicação popular:

Num primeiro momento, ela foi identificada como aquela comunicação simples, de circulação limitada, produzida quase artesanalmente por grupos populares. Em seguida, passou-se a dizer que ela ‘não se refere ao tipo de instrumento utilizado, mas ao conteúdo das mensagens’, vendo-se como expressão dos interesses, do ‘conteúdo das classes subalternas’, entendido este enquanto crítico-libertador (p. 123).

Peruzzo (2004) acrescenta, ainda, que há aqueles que sustentam que não são os meios técnicos em si que definem a comunicação popular, nem tampouco são os seus conteúdos. Para ela, a imprensa alternativa estaria no processo de criação conjunta, diálogo, construção de uma realidade distinta na qual a pessoa seja sujeito pleno. “O que torna a comunicação popular é a sua inserção num contexto alternativo [...], [caracterizado] por sua tendência a romper a ordem do capital, integrar aquilo que o fragmenta” (Peruzzo, 2004, p. 123).

Trata-se de um fenômeno emergente, do povo ou com ele relacionado, comprometido com a mudança social e a transformação deste em sujeito histórico, como resume Peruzzo (2004).

Mídias comunitárias são, portanto, fundamentos da concepção de comunicação popular relacionadas aos movimentos sociais. Meio de conscientização, mobilização, educação política, informação e manifestação cultural do povo. Expressão de um

contexto de luta. Canal de denúncias e reivindicações dos setores organizados da população oprimida.

Já os seus conteúdos, conforme frisa Peruzzo (2004), são de essência crítica-emancipadora. “As mensagens que se transmitem nessa comunicação (popular) são de acordo com a opção que as pessoas vão fazendo, que vai se gestando geralmente por meio de uma organização popular, na qual os objetivos são claros e de acordo com as lutas de um povo em prol de sua libertação” (Peruzzo, 2004, p. 125).

Outro diagnóstico da cultura popular denotado por Peruzzo (2004) é de ser um espaço democrático capaz de construir a base de uma nova cultura popular, perpassando as relações interpessoais e grupais.

Por outro lado, não é válido opor a comunicação popular e os meios massivos. Não são inversos. Assim como também os meios de comunicação popular, apesar de sua importância e de seu significado político, na prática não chegam a colocarem-se como forças superadoras dos meios massivos. Os dois são complementares e não excludentes, de acordo com as considerações de Peruzzo (2004):

Há que se reconhecer o grande poder da mídia e sua manipulação, prioritariamente, a serviço dos interesses das classes dominantes, mas nem por isso ela deixa de dar sua contribuição ao conjunto da sociedade. [...] Os veículos de comunicação massiva não são, portanto, necessariamente, ‘perversos’ com relação aos interesses populares. [...] Muitas experiências, principalmente no setor da radiofonia, têm demonstrado sua potencialidade quanto a um trabalho educativo na perspectiva emancipadora. O fato é que a comunicação popular também pode valer-se deles (p. 131).

Todavia, a tendência é repudiar a mídia massiva. Isso talvez tenha influenciado a elaboração de uma comunicação popular não tão atraente, que atribui um espaço e um valor muito reduzido ao entretenimento, ao lazer, às amenidades, ao humor e ao lúdico.

Na verdade, são peças indissociáveis: mídia e cultura, a partir do surgimento dessa última.

Não é pertinente, hoje, pensar-se numa cultura dissociada da mídia. Afinal, na práxis cotidiana, o popular no sentido conscientizador não se isola do massivo. O gosto pela programação melodramática e por cenas de violência, por exemplo, continua vivo, o que não quer dizer que o medo

de pensar de segmentos expressivos da população não tenha mudado em nada (Peruzzo, 2004, p. 139 e 140).

A premissa de indissolução também é ratificada pela perspectiva de igualdade entre receptor e emissor, além das interpretações de imparcialidades presentes nos conteúdos produzidos. Conforme Peruzzo, é comum meios populares serem produzidos por uns poucos e esses fazerem suas próprias interpretações das necessidades de informações e de outras mensagens dos receptores. “Neste sentido, pode estar havendo uma certa reprodução do dirigismo e do controle por parte de lideranças e/ou instituições mediadoras da comunicação popular” (Peruzzo, 2004, p. 141).

Peruzzo (2004) acrescenta que a participação das pessoas nas mídias comunitárias pode tanto concretizar-se apenas em seu papel como ouvintes leitores ou expectadores, quando significar o toar parte dos processos de produção planejamento e gestão de comunicação.

Há de se destacar as limitações dos meios populares, apesar da riqueza no campo político-cultural. Essas mídias esbarram na abrangência reduzida, inadequação dos meios, uso restrito de veículos, pouca variedade, falta de competência técnica, conteúdo mal explorado, instrumentalização, carência de recursos financeiros, uso emergencial, ingerências políticas, participação desigual e outros.

A respeito do alcance, na visão de Peruzzo (2004), a comunicação popular atinge, geralmente, apenas uma parcela de leitores, ouvintes e espectadores potenciais. “Um jornal ou boletim informativo, por exemplo, só chega a um número, restrito, de moradores do bairro e, quase sempre, àqueles já “conscientizados” ou sensibilizados para a luta” (Peruzzo, 2004, p. 149).

Entretanto, apesar de todas essas limitações, há que se ressaltar os resultados positivos desse tipo de comunicação que também produz experiências avançadas. Por meio de uma participação conjunta, os meios comunitários contribuem para uma comunicação popular realmente útil ao processo de educação para a cidadania: diversificação de instrumentos, apropriação de meios e técnicas, conquista de espaços, conteúdo crítico, autonomia institucional, articulação da cultura, reelaboração de valores, formação das identidades, mentalidade de serviço, preservação da memória, democratização dos meios, conquista da cidadania.

A comunidade popular, ao abordar temas locais e específicos, tende a despertar o interesse por parte da audiência, pelo fato de o conteúdo e os personagens terem relação mais direta com as pessoas. Os programas não são espetáculos a que se assiste, mas dos quais se participa, o que leva a incrementar o processo de construção das identidades e de cultivo dos valores históricos e culturais (Peruzzo, 2004, p.157).

No que toca à relação das mídias comunitárias com a Internet, a rede deve ser tratada como estrutura de oportunidades políticas, como nos oferecem Bailey, Cammaerts e Carpentier (2008). Segundo os autores, a Internet fomenta a participação popular de uma maneira mais fluida e a curto prazo.

A rede mundial contribui com o fortalecimento da imprensa comunitária, como a rádio, a televisão, favorecendo processos sociais de comunicação interativa e intercâmbios em multimídia, produto da digitalização das mensagens e da integração dos “telecentros”. De acordo com Alain Ambrosi, Valérie Peugeot e Daniel Pimienta (2005), a Internet abriu a possibilidade de espaço inédito de intercâmbio da informação, fora dos circuitos dos conglomerados midiáticos, contribuindo para uma dimensão real ao movimento social mundial da sociedade civil em temas globais.

No entanto, Bailey, Cammaerts e Carpentier (2008) atentam para o fato de que os questionamentos e a abertura para tratar de assuntos de interesse popular devem ser pautados nos meios fora da mídia. Nas prioridades de governos e nas implementações de políticas públicas. A Internet não é uma solução rápida para a democracia ou a participação. Enquanto isso, não abrir espaços para a distribuição de discursos alternativos, para debater vida, política e cultura, ou para mobilizar, continua a haver uma necessidade de trazer esses discursos e interação para além do *online* para o mundo *off-line* do político.

Assim, as mídias comunitárias entram como meios alternativos voltados às necessidades de um grupo popular. O propósito desse tipo de comunicação é expressar, verticalmente, a partir dos setores subordinados, oposição direta à estrutura de poder e seu comportamento. Além de obter, horizontalmente, apoio e solidariedade e construir uma rede de relações contrária às políticas públicas.

Dos fenômenos recentes e crescentes no meio da comunicação, os centros independentes de mídia destacam-se. São redes sem centralização organizacional, que

tiveram início em Seattle, Estados Unidos, em 1999. Hoje já existem entre 80 e 100 ao redor do mundo. A maioria está nos EUA e no Canadá, mas há alguns na América Latina e no Brasil. São mecanismos que oferecem informações de maneira alternativa e pública. Ambrosi, Peugeot e Pimienta (2005) citam como alguns acontecimentos nos quais a livre circulação de informação na Internet foi relevante: a Rebelião Zapatista, em 1995 em Chiapas, e a criação em rede do movimento francês ATTAC, no final de 1998. Entre os movimentos recentes, destaca-se o uso da rede para canalizar informação alternativa e organização cidadã de reação à manipulação da informação por parte do governo de Aznar, na Espanha, depois dos atentados da estação Atocha de Madri, em 2004. Na mesma tendência de uso das TIC para o fomento de redes e meios alternativos de circulação da informação e de monitoração encontram-se: o Observatório Francês de Meios de Comunicação, o CMAQ em Québec, Pulsar, na América Latina, e Simbani, na África. Assim também foi a Primavera Árabe³ que usou as redes sociais, como Facebook, Twitter e YouTube, para informar e sensibilizar a população e a comunidade internacional sobre a censura na Internet e tentativas de repressão impostas pelo Estado.

No retorno aos conceitos: ferramentas populares com a pretensão de serem vozes das comunidades em busca de um jornalismo identitário e socialmente comprometido contra a injustiça social. Comunicação do povo e para o povo lutar pelos desvarios governamentais e pelo direito ao grito. E para o público obter o retrato fiel dos acontecimentos.

Assim, o capítulo, acima, ainda inserido na Parte I da pesquisa, mostrou a atuação dos meios comunitários como um tipo de imprensa voltada para o social, suas definições e o funcionamento com recursos escassos, mas com ativismo pleno no dar voz às populações. Considerações fundamentais em vista da classificação de um dos objetos da pesquisa: jornal “O Corvo” que se enquadra como meio voltado à comunidade. Expusemos também o conceito de mídia radical e comunicação popular, apresentados por Downing (2002) e Peruzzo (2004), respectivamente, bem como a relação da mídia comunitária com o ciberespaço, fundamentais à oferta de argumentações que servirão de base para as análises finais.

³Onda revolucionária de protestos que ocorreu no Oriente Médio e Norte da África, a partir de dezembro de 2010. Houve revolução na Tunísia e no Egito, guerra civil na Líbia e na Síria e protestos na Argélia, Iraque, Jordânia, Omã, Iémen e outros.

Parte II

Capítulo III

Métodos e técnicas de investigação

Este capítulo descreve os métodos e técnicas utilizados na análise dos objetos eleitos para a pesquisa. Os pontos referidos aqui dizem respeito à dados colhidos por meio das entrevistas e observação das peças publicadas nas páginas de “Outras Palavras” e “O Corvo”, modelo de avaliação e diagnóstico.

O objetivo da pesquisa é avaliar as repercussões de artigos propagados por esses meios em um público composto por usuários da Internet. Ressonância no sentido de conteúdo e de alcance de leitura. Mostrar a popularidade da mídia alternativa e que sentido esse tipo de jornalismo faz nos dias de hoje – provocações de senso crítico sobre os temas cotidianos, o despertar para reflexões e para o debate e/ou assimilação de informações não ditas pela imprensa massiva. Para tanto, será preciso esmiuçar o conteúdo de cada um separadamente, no sentido de aferir a sua ressonância no mundo virtual e como afetam o público qualitativamente e quantitativamente. Fazer descrições dos meios e tentar detectar a convergência de mídias – site com junção de redes sociais – com o intuito de saber como esses meios vão buscar o público (quais as estratégias utilizadas).

O trabalho também realiza um comparativo das duas páginas estudadas. A dimensão de confronto entre os sítios tem razão de ser por possuírem nacionalidades diferentes –Brasil e Portugal – e perfis distintos. O ponto de partida é perceber os distanciamentos culturais entre os países e, portanto, confirmar a hipótese da diferenciação entre os objetos.

Há de se avaliar, através da pesquisa de recepção (realização de entrevistas), quais os comportamentos das pessoas diante dos textos publicados pelas páginas analisadas. Existe um tipo específico de público? Quem os meios costumam atingir? Geram alguma mudança de pensamento? São formadores de opinião?

Cabe, no estudo, em primeiro plano, conceituar mídia alternativa. O projeto trata também das mídias comunitárias, aquelas voltadas para as preocupações das

comunidades e, tendo presente o exercício da cidadania, dos meios massivos e da imprensa alternativa no ciberespaço, conceituando esse espaço e suas características propícias a abertura aos meios noticiosos e ofertando relações entre meios de comunicação, Internet e sociedade pós-moderna.

Uma das asserções presentes é observar que espaço é dedicado a essas mídias. O texto traz a problematização sobre a participação do leitor e abre uma discussão sobre qualidade e quantidade de conteúdo publicado.

III.1. Metodologia

A pesquisa em curso quer atestar a hipótese de que as mídias alternativas assumem um papel de despertar para mudanças de pontos de vista, reflexões e discussões dos leitores. Portanto, o método científico utilizado é o hipotético-dedutivo; observação com coleta de dados e análise de conclusões, conceito proposto por Klaus Bruhn Jensen e Nicholas W. Jankowski (2002). Ou seja, levantamento de uma tese composta por assertivas, seguida da confirmação dela por meio da observação. A realização de entrevistas com guião de perguntas semi-abertas serve para avaliar a recepção e o consumo de mídia a fim de confirmar o alcance dos meios alternativos e suas repercussões.

As interlocuções, realizadas entre fevereiro e março de 2016, foram feitas com leitores de “O Corvo” (ENTREVISTAS I, II, III e IV) e “Outras Palavras” (ENTREVISTAS V, VI, VII e VIII) – dois de cada grupo, equitativamente separados entre homens e mulheres, portugueses e brasileiros (dois homens brasileiros, duas mulheres brasileiras – leitores de “Outras Palavras”, dois homens portugueses e duas mulheres portuguesas – leitores de “O Corvo”). E não leitores (ENTREVISTAS IX, X, XI, XII, XIII, XIV, XV, XVI), divididos entre homens e mulheres; portugueses e brasileiros (dois homens brasileiros, duas mulheres brasileiras, dois homens portugueses e duas mulheres portuguesas). Há de se acrescentar duas entrevistas com portugueses não leitores, consumidores de mídia diariamente, que serviram para enriquecer o trabalho de campo (ENTREVISTAS XVII e XVIII).

O perfil dos entrevistados estão descritos na Tabela 1, estruturados por categorias de leitor ou não leitor, idade, gênero, nacionalidade, profissão e ideologia, conforme guião de perguntas das entrevistas. Os interlocutores serão tratados por números, conforme presente nas transcrições em anexo no trabalho. As ideologias não foram questionadas durante as entrevistas, portanto, não fazem parte do guião, mas acreditamos ser de relevância citar o posicionamento político nos casos evidenciados pelo discurso. Daí a inserção dessa categoria na tabela a seguir.

Tabela1– Perfil dos Entrevistados

ENTRE VISTA DOS	Leitor	Não leitor	Idade	Gênero	Profissão	Nacionalidade	Ideologia
I	x		42 anos	Masculino	Jornalista	Português	-
II	x		26 anos	Masculino	Educador	Português	-
III	x		38 anos	Feminino	Escriturária	Portuguesa	-
IV	x		43 anos	Feminino	Tradutora	Portuguesa	-
V	x		42 anos	Masculino	Músico	Brasileiro	Esquerda
VI	x		35 anos	Masculino	Publicitário	Brasileiro	Esquerda
VII	x		30 anos	Feminino	Antropóloga	Brasileira	Esquerda
VIII	x		51 anos	Feminino	Restauradora	Brasileira	-
IX		x	26 anos	Masculino	Videógrafo	Português	-
X		x	40 anos	Masculino	Artista plástico	Português	-
XI		x	28 anos	Feminino	Arquiteta	Portuguesa	-
XII		x	32 anos	Feminino	Instrumentista	Portuguesa	-
XIII		x	29 anos	Masculino	Publicitário	Brasileiro	-
XIV		x	29 anos	Masculino	Designer gráfico	Brasileiro	Esquerda

XV		x	22 anos	Feminino	Analista internacional	Brasileira	-
XVI		x	29 anos	Feminino	Psicóloga	Brasileira	-
XVII		x	38 anos	Feminino	Jornalista	Portuguesa	-
XVIII		x	38 anos	Masculino	Artista plástico	Português	-
Valores	8	10	Entre 22 e 51 anos	9 Homens e 9 Mulheres	18 licenciados	10 Portugueses e 8 Brasileiros	4 de Esquerda
Total: 18							

Além disso, o estudo ratifica o aumento de alcance desses meios com a emergência da Internet. Para tanto, foram feitas análises das páginas do Facebook de dois meios de comunicação – “Outras Palavras” e “O Corvo”. Estabeleceu-se o período de 23 de novembro a 23 de dezembro de 2015 para avaliação diária das peças publicadas. Os pontos de observação foram: conteúdo, linguagem, criticidade, comentários, gostos, partilhas e quantos por dia e por semana. Indagações como: houve discussão? Qual o teor dos comentários (críticas ou concordâncias)? Há imagens vinculadas? Entram no rol das avaliações.

O Facebook foi escolhido por ser uma rede social que conta com número significativo de usuários em todo o mundo – 1,5 bilhão por mês, dos quais um bilhão acessando a rede social diariamente –, de acordo com informações divulgadas pelo próprio Facebook, em 5 de setembro de 2015. É lá que a imprensa alternativa encontra abertura para disseminar conteúdos livres e de forma barata, em termos de custos. Além de ser uma ferramenta de disposição rápida e volumosa de informações. A tempo e a hora aos usuários e com visibilidade instantânea.

As etapas de planejamento foram a elaboração de um plano, o uso de conceitos após fichamentos de autores e seleção das ideias, observação das peças, diagnóstico, realização de entrevistas e comprovação das hipóteses levantadas.

Nos anexos, seguem os guiões das entrevistas a leitores (ANEXO B), a editores (ANEXO C); grelhas para análises de conteúdos (ANEXO A), transcrições de entrevistas a leitores e não leitores (ANEXO E), a editores (ANEXO F) e tabela com síntese da análise dos resultados (ANEXO D) de observação.

Os métodos utilizados na pesquisa científica foram as entrevistas nos meios virtuais, como sites e redes sociais.

Trata-se de um estudo de comunicação com foco em conteúdo e avaliação de linguagem e alcance, assim o método é qualitativo. Esse tipo de técnica centra-se na ocorrência de seus objetos de análise em um contexto particular (no caso, meios noticiosos na Internet), em oposição à recorrência de semelhantes elementos em diferentes contextos. O presente trabalho tem a metodologia apoiada nas abordagens de Jensen e Jankowski (2002), uma delas sobre a produção como um processo que é contextualizada e intimamente integrada a práticas culturais.

Os pontos estabelecidos no estudo qualitativo são, a princípio, o objeto de análise (como identificados e caracterizados através de referência à finalidade e âmbito do inquérito – peças de mídias alternativas). Depois a análise de aparelhos ou métodos (as operações concretas de investigação, incluindo a recolha, registo e categorização de dados), a metodologia (a concepção global do inquérito, que serve para relacionar os métodos constitutivos de recolha de dados e de dados de análise, justificando a sua seleção e a interpretação dos dados com referência aos quadros teóricos empregados), etapas sugeridas por Jensen e Jankowski (2002).

Segundo os referidos autores, as várias formas de análise qualitativa adquirem valor explicativo, apesar de suas amostras empíricas serem “não-representativas”. Isso porque, como parte dos procedimentos analíticos, é feita referência cruzada entre os níveis teóricos e outros de análise. No decorrer da descrição dos dados de recolha, são relacionados conceitos dos autores utilizados como referências bibliográficas. Assim como no capítulo de conclusão em que são colocadas menções dos teóricos estudados.

A metodologia aplicada resume-se a conjuntos estruturados de procedimentos e instrumentos pelos quais fenômenos empíricos de comunicação de massa⁴ são registrados, documentados e interpretados. Trata-se de análise de conteúdo que oferece uma alternativa sistemática e qualitativa.

⁴Comunicação de massa refere-se não apenas aos meios tradicionais que acabam por alcançar um público maior, mas também a mídia alternativa que vem adquirindo um número cada vez maior de público e hoje pode ser considerada meio de massa por propor um mecanismo de disseminação de informação em grande escala e chegar a uma grande quantidade de receptores ao mesmo tempo, partindo de um único emissor.

As entrevistas de recepção entram no conceito de estudos da comunidade, empregado por Jensen e Jankowski (2002). Já que a pesquisa está voltada para a reação das pessoas aos meios de comunicação, é importante perceber o consumo de mídia.

O estudo assume o modelo de concentração em gêneros de conteúdo epúblicos de comunicação. Além da avaliação sistemática que serve para colocar os meios no contexto da comunidade. A investigação inclui não apenas a mídia de massa, como tal, mas, fundamentalmente, comunicação de massa e cultura popular como práticas sociais.

O discurso lança mão do modo argumentativo – conceito de Bruner (1986, *apud* Jensen & Jankowski, 2002). Argumentos que se desenvolvem em narrativas. Ainda assim, a análise do discurso sugere que as histórias e argumentos recorrem a um repertório relativamente fixo de estratégias linguísticas, combinando pressupostos e conclusões e afirmações.

A dissertação se baseia na coleta de dados. As entrevistas possibilitam a recolha de informações no estudo de casos e organizações. O objetivo principal da pesquisa de observação, em conformidade, é descrever, em termos fundamentais, vários eventos, situações e ações que ocorrem em um ambiente social particular, conforme esclarecem Jensen e Jankowski (2002). “Isto é feito através do desenvolvimento de estudos de caso de fenômenos sociais, normalmente empregando uma combinação de técnicas de coleta de dados” (Jensen e Jankowski, 2002, p. 61).

Jensen e Jankowski (2002) atentam ao fato que é provavelmente enganoso considerar a observação com coleta de dados como método único.

Refere-se a uma mistura ou combinação característica de métodos e técnicas de que se emprega em estudar certos tipos de assunto: as sociedades primitivas, subculturas desviantes, organizações complexas, movimentos sociais e grupos informais. Envolve uma certa quantidade de interação genuinamente social no campo com o objeto de estudo, observação direta de eventos relevantes, observação formal e uma grande quantidade de entrevista informal (McCall & Simmons, 1969, p. 1, *apud* Jensen & Jankowski, 2002, p. 61).

Portanto, o estudo insere também a triangulação ou uso de vários métodos. Trata-se de um plano de ação comum aos estudos em comunicação. Em resumo, o processo de metodologia é observação com coleta de dados, incluindo triangulação.

Como lembram Jensen e Jankowski (2002), em particular, os estudos de organizações de mídia têm sido um campo de provas para o método utilizado.

A coleta de dados seguida da averiguação dos mesmos tem razão de ser pelo fato de o trabalho sugerir hipóteses que precisam ser comprovadas por meio da análise crítica de peças noticiosas. O princípio argumentativo deve-se a necessidade de propor explicações coerentes e ratificadas pela observação às teses levantadas.

O guião de entrevistas e a grelha que serviu de parâmetro para a observação foram baseados no conceito de Enquadramento Noticioso ou *Framing*, teoria da comunicação formulada por Erving Goffman (1974). De acordo com essa perspectiva, a mídia utiliza de certas palavras, idéias, expressões, adjetivos que promovem um enquadramento (algo como enfoque). A chamada “moldura” acaba por modelar o acontecimento, destacando alguns aspectos ou ocultando-os.

O processo se dá por meio de um recorte de determinado ângulo do fato tornando-o conhecido e, portanto, real. Isso faz com que os cidadãos possam se posicionar e agir em relação ao ocorrido, acarretando, assim, mudanças sociais. O enquadramento determina que o leitor volte o olhar para determinada direção da questão tratada. Desta forma, pode-se, através da análise da “moldura” utilizada por um veículo de mídia, perceber sua linha editorial e os interesses que defende. O conceito de enquadramento, em linhas gerais, diz respeito à forma como determinada situação é apresentada e interpretada para e pelo interlocutor.

III.2. Vantagens e limites da Metodologia

Os métodos aplicados nesta pesquisa portaram vantagens para o trabalho. Uma delas diz respeito a proximidade da pesquisadora aos objetos pesquisados. “O Corvo” e “Outras Palavras” já eram páginas lidas e que faziam parte do consumo diário de mídia da autora, possibilitando, assim, uma leitura com conhecimento pré-concebido. Outra vantagem que merece ser referida é a análise dos resultados. Durante o processo de avaliação, ficou evidente que a metodologia escolhida foi a mais apropriada por ter conseguido captar, aos olhos do pesquisador, a essência das informações fornecidas durante as entrevistas. O processo acabou por firmar as ideias iniciais do trabalho.

Além disso, os avanços foram detectados a partir da observação das peças publicadas pelos objetos. A análise diária nos permitiu chegar a conclusões rápidas que atestaram as teses levantadas.

Convém mencionar que não foi possível obter a entrevista do editor de “Outras Palavras”. A lacuna justifica-se pela falta de retorno do interlocutor. Estabeleceu-se um contato com o responsável pelo meio via correio eletrônico, contudo, não aconteceu o envio das respostas constantes no guião específico para editores dos objetos estudados até a data de finalização do trabalho. As informações necessárias à caracterização do meio foram retiradas do *site*.

Quanto aos limites, fez falta ter dados mais quantitativos no que concerne à leitura diária de páginas e de peças publicadas pelos entrevistados. O que poderia mostrar efetivamente o alcance das mídias alternativas investigadas. Uma outra questão que limitou a pesquisa, de certa forma, foi o tempo escasso para a realização de uma coleta de dados mais aprofundada e, conseqüentemente, uma análise mais detalhada das atividades e do território pesquisado.

Durante o percurso da investigação, percebeu-se dificuldades que prolongaram a resolução das questões necessárias ao andamento da pesquisa. Uma delas foi encontrar leitores de “O Corvo” que se dispusessem a realizar entrevista presencial. Outro obstáculo foi na organização das peças das páginas a serem avaliadas. Surgiram dúvidas sobre como dispô-las a fim de expor a verificação das hipóteses da maneira mais clara possível. A decisão foi de separar por temas e alcance e utilizar um exemplo de cada meio que testam os pressupostos.

No que concerne à bibliografia, o contratempo instalou-se na procura por autores que se debruçassem sobre mídia radical, cujos conceitos encontram-se no Capítulo II do trabalho.

III.3. Caracterização dos meios

Os objetos escolhidos para análise agora serão descritos de maneira a mostrar perfil, linha editorial (defesa de ideologia), linguagem utilizada, periodicidade das publicações, público-alvo e outras informações pertinentes à caracterização como meios alternativos, além dos temas abordados e detalhes sobre seções. Essa parte do trabalho

também traz descrições de como funcionam as redações dos veículos, quantos colaboradores e qual o esquema de financiamento.

No que se refere ao alcance, são apontados números de gostos das páginas, partilhas e periodicidade dos artigos publicados.

III.3.1. O Corvo

Ferramentas de comunicação com atuação na Internet dispõem de espaço livre para publicação de artigos sem censura. E assim podem abrir espaço para a interação do público leitor e democratização do conhecimento. “O Corvo” é um despertar para os problemas da cidade de Lisboa com críticas ao sistema de gestão. Funciona como voz do povo ao receber e divulgar as suas queixas e necessidades, sempre com informações especializadas locais. Trata-se de um meio comunitário para ouvir e receber retorno dos leitores. Jornalismo participativo, independente e vivo, como auto define-se. Tem como lemas a cooperação popular e a interação.

Os textos possuem uma linguagem coloquial, sem ser vulgar, para o perfeito acesso ao público em geral. Sempre acompanhados por fotos. Crônicas também são publicadas no jornal, a retratarem aspectos curiosos de Lisboa. A página inclui uma agenda cultural como a programação que a cidade oferece.

A mídia *online* possui uma rotatividade grande de jornalistas, na maioria reformados. Hoje, são cinco pessoas a produzirem conteúdo na equipe-base. Esta ferramenta que tem crescido e solidificado-se ao longo dos anos, com uma página no Facebook a atrair mais visitantes.

Em 29 de fevereiro de 2016, cerca de 9.057 pessoas gostavam de “O Corvo” no Facebook e havia 269 pessoas a falarem sobre a página. O alcance vem aumentando. A conclusão se dá através do número de partilhas e comentários. Existe uma base de leitores regulares, que se tem alargado. O respeito ao jornalismo praticado por “O Corvo” existe e é perceptível, seja pelo retorno nas redes sociais, seja pelos comentários avulsos ouvidos informalmente pela equipe.

Sobre a convergência de mídia, o *site* aposta em página no Facebook, no Twitter e canal no Vimeo.

No que toca ao financiamento, é um veículo independente, já que vive com recursos dos próprios dos criadores, apesar das inúmeras tentativas de patrocínio, sem sucesso.

Figura 1



Página do jornal “O Corvo”

III.3.2. Outras Palavras

A página “Outras Palavras” define-se como meio de comunicação partilhada e pós-capitalismo. Uma asserção capaz de enxergar o tempo de enormes transformações em que vivemos. *Site* com textos críticos sobre a situação mundial na pós-modernidade. O veículo foi lançado em 2009 e o perfil do Facebook, em agosto de 2010. Um dos pontos de foco da mídia alternativa em questão é a colaboração que supera a competição. O mecanismo de atuação é a cultura livre. A comunicação compartilhada ou “mídia livre”, aberta, disponível no espaço virtual, surge, por meio de “Outras Palavras”, no rastro da nova cultura de transformação do mundo. A tentativa é de retirar essa mídia alternativa da invisibilidade, algo que se distancia da comunicação mercadológica.

Sob o conceito de “comunicação compartilhada”, o meio aborda o exame crítico da globalização, as novas culturas políticas da autonomia e os movimentos de ocupação das redes e das ruas. Típica mídia alternativa, busca o modelo da contra-hegemonia e frisa a obsolescência das lógicas associadas ao sistema ainda hoje hegemônico (mercantilização da vida, lucro como valor supremo, concentração de riquezas, redução da natureza a “recurso”).

Em 2010, a página e as plataformas de redes sociais receberam, do Ministério da Cultura, o Prêmio Ponto de Mídias Livres.

Com audiência expressiva, cerca de 10 mil textos lidos por dia, o *site* “Outras Palavras” reúne um grupo de 200 colaboradores brasileiros e, entre eles, alguns internacionais. A página do Facebook possuía 265.110 gostos e havia 15.994 pessoas a falarem sobre os seus conteúdos, no dia 29 de fevereiro de 2016.

Semanalmente, o boletim de atualização de “Outras Palavras” seleciona as principais matérias da semana alcançando cerca 20 mil assinantes.

Sempre com críticas ferrenhas numa linguagem opinativa e total liberdade de expressão. Aqui cabem os termos ruptura e contra-hegemonia para caracterizar esses veículos que, por uma repercussão eficaz, muitas vezes apostam na convergência das mídias. A página no Facebook, no Twitter, na rede social virtual Ello, canal no YouTube e o site estão a representar meios variados para um alcance maior.

As publicações sempre são acompanhadas por imagens, sejam fotos ou desenhos. O que é permitido pelo suporte multimídia. Hoje, os meios de comunicação lançam mão de diversos mecanismos tecnológicos como forma de atrair mais público e usá-los como canais de distribuição dos seus produtos. A Internet possibilita e até exige a inserção de ferramentas, como vídeos, imagens, interatividade, *hiperlinks*, interfaces. O conceito de convergência de mídia é de Henry Jenkins (2008). Cultura de convergência: onde as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis (Jenkins, 2008).

A linguagem é menos coloquial, mais próxima do rebuscado. Alguns textos começam com narrativas sobre o momento de produção da reportagem, com a inserção

de movimentos e situações vividas pelos repórteres. Outras notas publicadas são captadas de veículos jornalísticos de várias partes do mundo.

No que concerne ao financiamento, “Outras Palavras” vive de contribuições dos leitores. Adota o sistema de *crowdfunding* (financiamento coletivo por meio de múltiplas fontes, em geral pessoas interessadas na iniciativa) para manutenção da produção de conteúdos, por meio da plataforma “Outros Quinhentos”. Já são 500 colaboradores.

Figura 2



Página da mídia “Outras Palavras”

O capítulo de metodologia expôs todo o processo de produção da pesquisa, com descrição minuciosa de métodos utilizados e teorias aplicadas ao corpo estrutural (primeiro subtópico). Foram também apontados os limites e vantagens da Metodologia, descrevendo as dificuldades enfrentadas, soluções encontradas e justificativa dos métodos aplicados (segundo subtópico). Assim como a caracterização dos objetos estudados: “O Corvo” e “Outras Palavras”, citando o histórico das páginas, ideologia, alcance, funcionamento, sustentabilidade, convergência de mídia e objetivos, na visão dos editores.

Capítulo IV

Alcance e conteúdos

Neste capítulo as análises propriamente ditas das páginas se configuram. Aqui, a pesquisa chega a sua fase mais “prática” de avaliar o que “Outras Palavras” e “O Corvo” têm a dizer ao público, como se caracterizam, em que moldes funcionam – seja no sentido de linguagem, tipo de texto, ideologia, formato; bem como financiamento e estruturação narrativa. No tratamento das peças quais são as explicações oferecidas aos leitores? Quais os indícios que as classificam como meios alternativos? Há detalhes sobre liberdade de escrita, falta de comprometimento com a lógica de mercado, Estado e governos? E sobre o alcance, quantos seguidores as páginas possuem? Há convergência de mídia? Em quais redes estão? Respostas a essas indagações serão evidenciadas ao longo do capítulo.

IV.1. Interatividade

Um viés do jornalismo praticado na Internet é a intensificação da comunicação mais democrática, no sentido de o leitor ter o direito de escolher o que vai apreciar. Ao mesmo tempo, novas maneiras de escrever permitem a contestação de valores e verdades antes ditas pelo jornalismo de corrente principal – por meio da interação própria dos modelos digitais de informação. Nas páginas da Internet é possível aos leitores – agora utilizadores – comentar, gostar e partilhar notícias.

Em “O Corvo” e “Outras Palavras” a recepção é aberta. A contar pela convergência de mídia. Esse modelo de informação que tem atraído cada vez mais leitores e, portanto, a propagação de notícias em diferentes meios e nas redes sociais – ferramentas de grande repercussão, polemização, replicação e visualização. É mais fácil e cômodo abrir a *timeline* do Facebook e encontrar notícias que agradam, que estão ali expostas para serem lidas ou não, comentadas ou não, partilhadas ou não.

Com efeito, outro ponto de interesse é que os assuntos tratados por este tipo de meios são polêmicos e muito hodiernos, reagindo rapidamente à atualidade. Isso também facilita a audiência.

Essas são formas de comunicar “livres” para apontar problemas sociais e inquietações da humanidade. Mas como se relaciona o público leitor com esses textos? Ajudam na tomada de consciência e no desenvolver de uma reflexão crítica sobre o mundo? Quantitativamente sim: pelo menos o acesso é vasto e através das redes sociais é possível averiguar visualizações, gostos e partilhas em número significativo. Qualitativamente também, à medida que conteúdos assim proliferam e provocam reflexões.

Os “novos” meios não são simplesmente facilitadores de cooperação e distribuidores de conhecimento, e que fazem circular a informação – também são ferramentas de trocas de experiência. A possibilidade de interação é já um indício de que há permuta de conhecimentos e de opiniões entre leitores e páginas. É o caso tanto de “O Corvo”, quanto de “Outras Palavras”.

Os comentários expressam o efeito dos conteúdos nos leitores. Pessoas penalizadas pelos problemas de Lisboa costumam expor opiniões nas publicações de “O Corvo”. Os gostos demonstram concordância aos temas e a partilha o grau de importância do assunto. Expressões de lástima ou de apoio são notadas em forma de comentários. Em “Outras Palavras”, as discussões costumam ser mais acirradas e as críticas, mais severas. Pelo vigor dos temas expostos. Muitos comentários de revoltas, inclusive contra a forma de clarificar sua ideologia e criticar atitudes da política de direita da página alternativa. As definições apresentadas acima serviram de base para a avaliação das peças dos meios noticiosos.

IV.2. Análises

A liberdade concedida à publicação de conteúdos resulta na inserção de muitas postagens nas páginas de redes sociais da mídia alternativa. No Facebook, pelo menos uma notícia é publicada por dia. Em “O Corvo” são setepor semana, uma por dia. Já em “Outras Palavras”, são três ou quatro.

Os temas dizem respeito a assuntos polêmicos, em boa parte das vezes. Em “Outras Palavras”, tudo o que está em discussão no momento, em termos de política,

economia, capitalismo, meio ambiente, saúde, poder judiciário, urbanismo, conflitos na Síria, refugiados, guerras e outros.

Algumas peças de “Outras Palavras” e “O Corvo” apresentaram repercussão mais evidente, seja no que se refere a número de partilhas e gostos, seja na quantidade e no debate acirrado dos comentários. Opiniões contestatórias e divergentes entre leitores e autores, exatamente como prevêm os conceitos de mídia alternativa.

A notas que atingiram maior alcance entre o público geralmente são as que tratam de assuntos mais atuais, polêmicos e que afetam, de alguma forma, a população diretamente. “Outras Palavras” está sempre a formular e a publicar, com recorrência, textos críticos que abrem discussões calorosas sobre os temas mais falados no momento. Foi o caso, por exemplo, de artigos publicados durante a crise política que se instalou no Brasil e que culminou com o pedido de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff.

Muitos textos foram elaborados por “Outras Palavras” e divulgados nas redes sociais sobre a situação. O *impeachment*, solicitado pela oposição e sustentado pelo povo, foi assunto recorrente nas mídias alternativas. Enquanto isso, o partido do vice-presidente Michel Temer, o PMDB, apoiou a saída do PT do governo com a intenção de assumir o comando do país. Em matéria publicada no dia 7 de dezembro, “Outras Palavras” discorria sobre os interesses de Temer: “Ambicioso, ele flerta com o impeachment. Não percebeu que, neste caso, irá governar país conflagrado, tendo a seu favor apenas ultra-direita e escória política”. O artigo recebeu 472 gostos e foi partilhado 250 vezes.

Os comentários – 68 – trazem indagações ao autor do texto, o jornalista Luis Nassif.

Caro Professor Luis Nassif, não acredito que ainda não tenha tomado conhecimento de que 97% dos Brasileiros, segundo várias pesquisas, querem a Dilma fora do poder, será então que 97% dos brasileiros são ultra-direita e escória política, procure se informar melhor antes de fazer afirmações absurdas (Jair Junior, 7 de dezembro de 2015).

E a concordância com as argumentações lançadas na peça:

Ele não governa nada. Vai ser cassado mais rápido do que ele imagina. A direita extremada não está de brincadeira quer o poder a qualquer custo o nome dele vai aparecer na lava jato e não vai demorar, aí amigos vai ser no TSE (Dalva A Souza, 7 de dezembro de 2015).

diante de um cenário de possível conflito mundial. Isso deveria fazer com que os governantes parassem para pensar em manter a democracia, a soberania da região e o compartilhamento de projetos exitosos. O modelo europeu e americano não nos serve e não funcionou sequer para eles. (Graça Freitas, 24 de novembro de 2015).

O texto recebeu 134 comentários, 462 gostos e 195 partilhas.

Política é sempre pauta nos meios alternativos. Críticas ao capitalismo e a governos de direita direcionados à macro economias são essências de algumas das matérias escritas. Uma delas questionava, em 8 de dezembro de 2015, o fato de que se a Venezuela é uma ditadura como a oposição venceu as eleições parlamentares. “É hora de o chavismo examinar seus erros e de conservadores decidirem se aceitam democracia.

Leitores acrescentaram reflexões sobre o tema:

Só existe democracia no conservadorismo enquanto o capital está conseguindo o que quer. Quando seus objetivos começam a ser contrariados - mesmo que minimamente - eles partem para o vale tudo; também conhecido como fascismo, se preferirem (João Felipe Bastos, 8 de dezembro de 2015).

Sugestões também fizeram parte das intervenções:

Sim...é hora do chavismo analisar seus erros e fazer autocrítica e parar de dar munição para os opositores, antes de ser defenestrado. Libertar imediatamente presos políticos seria um bom começo (Marilia Verissimo Veronese, 8 de dezembro de 2015).

Foram 47 comentários, 491 apreciações e 161 partilhas.

No dia 10 de dezembro de 2015, “Outras Palavras” retomava o assunto dos governos de esquerda da América do Sul. Gestões populares que demonstraram retrocessos e começam a entrar em queda. Muitas intervenções de crítica aos governos nos 18 comentários.

Já posso prever, facilmente, o que acontecerá com os que abusaram do poder nestes anos nefastos depois do governo militar. A esquerda conseguiu mostrar que sua interpretação da democracia trata de organização de quadrilha criminosa (Sérgio Lopes, 10 de dezembro de 2015).

O artigo recebeu 151 gostos e 121 partilhas.

Em um dos textos de maior alcance sobre política, “Outras Palavras” retorna ao suposto impeachment da presidente Dilma Rousseff, por meio de uma entrevista com a professora da Universidade de São Paulo (USP), Marilena Chauí. Ela fala da tentativa de preparar, pela classe dominante com apoio da classe média, uma vitória do capital. E sobre a questão de a ideia de um impeachment ser resultado do ódio da classe alta direcionado ao populismo. A peça alcançou 1.744 pessoas e foi copiada 1.486 vezes.

Nos comentários (155), discussões acirradas sobre o pertencimento a classes sociais e o posicionamento de política social.

Será que de fato ela se coloca na pele da sociedade da tal classe média proto fascista e das classes menos favorecidas, pois como sabemos ela não vive nem perto desse contexto, pelo contrário ostenta o Capitalismo. Assim socialização ela só deve conhecer em seu próprio imaginário, através de inferência... Não podemos nos deixar influenciar por esse discurso que traz contradição em sua própria realidade (Carlos dos Santos Junior, 16 de dezembro de 2015).

A peça que mais recebeu gostos durante o período de avaliação da pesquisa foi elaborada por “Outras Palavras” sobre novo estudo constatou que as emissões de carbono continuarão a crescer no mundo, enquanto o modelo de transporte individual não for substituído. As repercussões foram muitas por ser um assunto que se refere ao uso particular de carros.

Dois aspectos que acrescento; Se há solução ela passa pela eliminação dos translados desnecessários, de pessoas, matérias-primas e produtos (as altas concentrações urbanas são incompatíveis com sustentabilidade) (Cicero Petracco, 8 de dezembro de 2015).

As apreciações foram representadas por 8.179 pessoas que gostaram da nota e 91 publicaram em suas *timelines*.

A seguir a linha das mais curtidas, comentadas e compartilhadas, em “O Corvo” os artigos que normalmente obtêm uma repercussão maior são as que tratam do patrimônio arquitetônico ou histórico de Lisboa. Por ter como lema a divulgação de problemas da cidade, é de costume que a página trate dessas questões. Demolições de símbolos da arquitetura lisboeta e falta de conservação de prédios de importância para a capital estão sempre entre os assuntos tratados pelo jornal. Um exemplo foi a crítica a

demolição ao Chafariz da Cova da Moura, monumento nacional. Nos comentários, julgamentos ao governo socialista. O texto obteve 26 gostos e 56 compartilhamentos.

Outra de grande repercussão publicada por “Outras Palavras” foi sobre a possível guerra que começou a se desenhar no mundo a partir dos conflitos na Síria. O meio alternativo realizou uma entrevista com o filósofo Noam Chomsky, publicada no dia 24 de novembro, com uma vasta análise ao comportamento de países como Turquia, EUA e Rússia. O artigo fala da queda do avião russo como possível começo de uma guerra. Turquia como aliada dos EUA e referia-se a ameaça à paz mundial. Como um dos textos mais curtidos e compartilhados obteve 2.021 e 2.313, respectivamente.

Nos comentários – 217 – pessoas extremamente tocadas com a situação e as avaliações do filósofo.

Mexeu comigo... Doeu em mim profundamente!!! ‘o reflexo do ódio entre os seres pensantes’ quanto mais eu conheço os humanos mais eu gosto de animais. (Adeilde Souza, 25 de novembro).

Além de argumentações por parte dos leitores:

Este é um evento que remete a uma série de complexidades geopolíticas. É fato que a crise financeira de âmbito global faz parte como elemento principal de tudo que ocorrem em várias regiões do planeta. A rigor, um possível conflito bélico mundial, não começará no espaço geográfico das grandes potências. (Osmar Santos Filho, 25 de novembro de 2015).

A oferta de soluções desenha-se nos comentários.

Tudo tem uma explicação. O mercado precisa de uma guerra global para eliminar a crise de 2008; Para se proteger da enorme crise potencial que viria de um arrombamento dos Bancos centrais, que estão praticamente falidos; para eliminar pessoas no mundo. (Cassio JP Silva, 25 de novembro de 2015).

Ainda sobre conflitos na Síria e o alarde pela “luta contra o terror”, “Outras Palavras” lançou, em 8 de dezembro de 2015, texto sobre a vigilância na Internet com a novidade de que França e EUA querem proibir criptografia. Paris planeja acabar com wi-fi público. Foram 188 gostos e 137 partilhas.

A respeito de patrimônio histórico, “O Corvo” criticou, em 2 de dezembro de 2015, a falta de classificação dos edifícios de Lisboa no inventário de imóveis de interesse municipal. Nos comentários, as críticas a gestão municipal:

Gente ignorante não entendem que é tão importante isto (patrimônio material) como os chocalhos! E não as vacas que os usam! <http://www.dn.pt/.../a-arte-dos-chocalhos-e-patrimonio>. (Gonçalo C. da Silva, 2 de dezembro de 2015).

O artigo obteve 25 curtidas e 22 compartilhamentos.

“O Corvo” voltou ao mesmo tema ao falar da demolição do antigo cinema Paris, em Campo de Ourique. Essa notícia recebeu sete gostos e 37 partilhas. Um único e interessante comentário o leitor dizia em tom de crítica:

E pronto... mais uma lobotomia em Lisboa (Rita Mathis, 23 de novembro de 2015).

Outro texto que chegou a um número significativo de curtidas foi produzido por “Outras Palavras”, no começo de dezembro de 2015, período de discussão acirrada sobre o fechamento de escolas em São Paulo, medida prevista no programa de governo de Geraldo Alckmin como forma de reorganizar a rede estadual de ensino. A polêmica foi para as redes sociais. Os estudantes mobilizaram-se e ocuparam as unidades a fim de evitar o fechamento. A página lançou uma série de peças em análise sobre o assunto. Uma delas avaliava a revolta dos estudantes vista “por dentro”. Quem são esses jovens, o que queriam e como se organizavam foram questões respondidas pelo texto do meio alternativo que atingiu 1.059 curtidas e 584 compartilhamentos.

Os comentários – que foram 108 - giraram em torno de discussões entre os leitores sobre a atuação de governos de direita e de esquerda.

O PSDB passou os últimos 20 anos precarizando a Educação Pública no estado, não precisa ser de ESQUERDA, para entender isso. E após este sucateamento, vem propor o GOLPE reorganizar pra PRIVATIZAR. É fato que por trás disso várias organizações estão (Viviane D’ Almeida, 2 de dezembro de 2015).

E mais o acréscimo de informações sobre o tema:

Não vejo esse movimento dos estudantes como luta pela educação. Pois o governo já deixou claro que ninguém

ficará sem vaga nas escolas e nenhum professor será demitido. Apenas reorganizarão as escolas, separando, corretamente, os alunos por grau (Mariana Ferreira Caldas, 2 de dezembro de 2015).

Ainda sobre a medida que iria tomar o governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, “Outras Palavras” criticou o favorecimento do político pela mídia tradicional. “Como Alckmin, protegido incansavelmente pela mídia, chegou a julgar-se invencível. Por que insistiu no erro, quando jornais abandonaram barco. Que a rapaziada ensina sobre combate ao conservadorismo”, escreveu em texto publicado no dia 4 de dezembro de 2015, ao tratar da remoção da ideia de fechar as escolas. Mais uma vez, o assunto foi alvo de intensa repercussão no Facebook. O artigo alcançou 1.751 apreciações e 856 replicações. Nos 111 comentários, palavras de apoio ao movimento dos estudantes e, ao mesmo tempo, análises mais aprofundadas sobre a questão.

Mas ele não vai aceitar isso simplesmente. O movimento não pode esmorecer por isso. Foi uma vitória importante, mas a sociedade civil, os alunos, pais e professores não podem ser ingênuos de pensar que tudo foi resolvido. Isso foi apenas um recuo para arrefecer a organização do movimento e voltar à carga na volta das festas de fim de ano. Olho vivo!” (Rafael Piccoli, 4 de dezembro de 2015).

Manifestações de congratulações e de partilha de opinião sobre o assunto tratado:

Não sou do seu Estado, mas parablenizo a todos pela atitude. Isso demonstra que não são os governantes que mandam e sim a população (Vitoria Regia, 4 de dezembro de 2015).

Mais uma peça d’ “Outras Palavras” tratava, no dia 9 de dezembro, da situação do movimento de resistências dos estudantes de São Paulo contra o fechamento de escolas. O texto descrevia como os alunos passaram dias vivendo nos espaços das unidades de ensino.

Oito leitores expuseram menções de apoio aos estudantes.

Meninos/meninas ‘ensinando’ como se faz para ir além das lutas pontuais para fugir da pobreza... (Elbrujo Tavares, 9 de dezembro de 2015).

A liberdade de expor ideias fica clara na avaliação dos comentários dos usuários. O fato de as matérias estarem em uma rede aberta que tem como pressuposto a

autonomia, como destaca Turkle (1997). Por trás da tela, as pessoas sentem-se à vontade para criticar e pontuar, de uma maneira muito própria, seus pontos de vista, com linguagem, muitas vezes até, vulgar.

Nesse sentido, “Outras Palavras” ao falar, no dia 6 de dezembro de 2015, sobre privilégios, mordomias, salários nababescos, negócios com o poder econômico e elitismo do poder judiciário brasileiro, na figura do ex-ministro Gilmar Mendes, recentemente reconduzido à vice-presidência do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), despertou comentários com termos triviais e críticas acirradas às denúncias:

Que cansaço de ler tanto ressentimento e dor de cotovelo. Tomara que o Ministro processe também quem assina essa matéria... Acho que já passou da hora de pessoas serem mais responsabilizadas pelas suas tentativas de destruírem a moral dos outros, por meio desses textos feito sob encomenda, para “influenciar” doutrinados - militantes políticos alienados - em momentos como esse que vivemos. Cabem muitas críticas ao Gilmar Mendes - e não são poucas, mas com esse nível de ilação, só posso enxergar patrocínio político para esse tipo de argumento (João Lopes, 6 de dezembro de 2015).

Como também argumentações favoráveis às questões levantadas pelo artigo.

Quando se pensa em déficit público logo o povo aponta o número de ministérios em excesso, os gastos tidos como desnecessários dos salários dos legislativos, deputados sempre levam a culpa maior, mas todos esquecem da magistratura (José Cordeiro, 6 de dezembro de 2015).

Insatisfação e críticas:

Este é um país que está cansado de tanta corrupção, mordomias e privilégios com o dinheiro público, dinheiro que sai da mesa de cada contribuinte e deveria retornar em serviços públicos de qualidade, educação, saúde, que país é esse?” (Alessandro Diesel, 6 de dezembro de 2015).

Essa também foi uma peça com significativa quantidade de apreciações – 1.414. Foram 1.446 partilhas e 190 comentários. Matéria extremamente polêmica.

Das mais curtidas d’ “O Corvo” foi divulgada em 9 de dezembro de 2015 e transmitia a notícia de um novo elevador, já instalado no final de dezembro, que liga a Rua do Carmo ao Terraço do Carmo, zona central de Lisboa. 44 pessoas apreciaram a nota e 40 (re)publicaram em seus perfis.

Muitas partilhas (mais de 30) foram registradas em artigo d’“O Corvo”, divulgado em 25 de novembro de 2015. O tema foi o corte de três árvores e poda substancial em uma delas, no jardim do Alto de Santo Amaro. Acusações de “crime” constam na peça, alegadamente cometido pelas autoridades – Câmara Municipal de Lisboa e Junta de Freguesia de Alcântara -, por parte do grupo de ativistas.

Nos comentários, revolta:

O arboricida volta a atacar... se calhar as 28.000 árvores que querem plantar até março 2016 são peso na consciência (ou hipocrisia). (João Henriques, 25 de novembro de 2015).

A indignação foi mostrada por meio do insignificante número de gostos – apenas 10.

Outro texto de grande repercussão foi publicado por “Outras Palavras”, em 11 de dezembro de 2015. Versava sobre o desenho de uma guerra mundial em virtude dos conflitos no Oriente Médio. Uma análise acerca de posições de países e andamento de ocupações. O artigo foi curtido por 1.064 pessoas e obteve 1.038 replicações.

Leitores entraram na discussão ao desenvolver pensamentos de discordância dos pontos expostos na matéria, para contestar informações publicadas ou levantar hipóteses sobre um possível conflito mundial.

Discordo dessa análise sobre a Guerra por diversos motivos. 1) Disseram que esses países ignoram a população, que seria contra invasão. Como? Se isso nem ao menos entrou em questão no Conselho de Segurança (Bruno Augusto, 11 de dezembro de 2015).

Lamentações marcaram os comentários sobre peça publicada por “O Corvo” sobre o fechamento do restaurante Palmeiras.

Nem quero acreditar. Eu gosto deste sítio. Fui lá vezes sem conta e contava lá ir ainda muitas mais. A minha Lisboa a desaparecer (Causticus Smartir, 23 de dezembro de 2015).

As intervenções em número amplo denotam sentimentos dos leitores. A nota recebeu 20 curtidas e 35 compartilhamentos.

Algumas das peças comentadas serão expostas aqui para apreciação. Numeradas e com indicação da data publicada e veículo a qual pertence.

Figura 3

OP Outras Palavras
7 de dezembro de 2015 · 🌐

TEMER IRÁ BRINCAR COM FOGO?
Ambicioso, ele flerta com o impeachment. Não percebeu que, neste caso, irá governar país conflagrado, tendo a seu favor apenas ultra-direita e escória política
Por Luis Nassif | Outras Mídias... Ver mais



Temer irá brincar com fogo?
Ambicioso, ele flerta com o impeachment. Não percebeu que, neste caso, irá governar país conflagrado, tendo a seu favor apenas ultra-direita e escória política
Por Luis Nassif, GGN

● Bate-papo

Peça publicada por “Outras Palavras”, em 7 de dezembro de 2015

Figura 4

América Latina: fim de ciclo?

POR REDAÇÃO
- ON 23/11/2015

CATEGORIA 8: AMÉRICA LATINA, MUNDO, PCSTB



Triste vitória conservadora na Argentina expõe debilidades de projeto político que marcou a região. Mas não é o fim do mundo – e talvez obrigue esquerda a :audável reinvenção...

Por Alejandro Mantilla Q, no *Colombia Info* | Tradução: Antonio Martins

Peça publicada por “Outras Palavras”, em 7 de dezembro de 2015

Figura 5

 Outras Palavras
16 de dezembro de 2015 · 🌐

MARILENA CHAUI: O IMPEACHMENT E O ÓDIO DE CLASSE

“Tentam preparar uma gigantesca vitória do capital”, diz professora, na USP. “Começou em agosto de 2013. A classe dominante quer – e uma classe média proto-fascista apoia”. (leia a íntegra da fala)

Por Marilena Chauí



Marilena Chauí: o impeachment e o ódio de classe

“Tentam preparar gigantesca vitória do capital”, diz professora, na USP: “Começou em agosto de 2013. Classe dominante quer e uma classe média proto-fascista apoia”

OUTRASPALAVRAS.NET

Peça publicada por “Outras Palavras”, em 16 de dezembro de 2015

Figura 6



Peça publicada por “Outras Palavras”, em 25 de novembro de 2015

IV.2.1. Criticidade

No que concerne ao teor crítico, das peças mais representativas nesse sentido trazia, por “Outras Palavras”, em 25 de novembro de 2015, uma discussão sobre trabalho escravo de pescadores na Tailândia. Forte julgamento ao capitalismo no âmbito da indústria ao precarizar atividades humanas. Além da ressonância que atingiu níveis elevados. Foram 1.426 curtidas e 1.633 partilhas. Dos 71 comentários, alguns bem críticos ao sistema capitalista:

Eis um grande problema do capitalismo/liberalismo. Se por um lado várias inovações tecnológicas surgem (ou são aceleradas) muito em função da concorrência entre as empresas/mercados, por outro lado, a mesma concorrência que exige a paranóica e infinita busca por redução de custos/aumento dos ganhos, acaba afetando os trabalhadores e o meio ambiente (Alysson Paiva, 25 de novembro de 2015).

Já d’ “O Corvo”, uma das notas críticas dizia respeito às mudanças uma praça no bairro do Rato, em Lisboa, integradas ao programa “Uma Praça em Cada Bairro”. O artigo, propalado em 1 de dezembro de 2015, recebeu 29 gostos e 20 partilhas.

Nos comentários, alguns claros julgamentos:

Ao cimo da Calçada da Ajuda existe esta aberração de sinalética, no caso a falta dela. Quem vier de cima da rua dos marcos, não consegue ver que em cima da curva, existe uma passadeira, que e atravessada diariamente por idosos (Armando Viegas Lopes, 1 de dezembro de 2015).

Ainda no que se refere à criticidade, “Outras Palavras” elaborava, no dia 23 de novembro de 2015, texto sobre a economia como “o mito das decisões erradas”. Lá percebe-se uma clara análise à mídia tradicional e aos conservadores. Conservadores e mídia insistem que problemas do país decorrem de “erros técnicos” ou “pedaladas”.

A peça foi curtida por 167 pessoas e compartilhada 122 vezes. Nos comentários – que foram 26 até o momento da recolha das informações – muitas interações do público, o que demonstra o grande alcance da peça. Algumas com críticas ao texto e, assim, sobre a posição de esquerda. Outra sobre a economia ser um oligopólio mantido pelo Estado. Além da crítica à falta de contestação às políticas econômicas praticadas no Brasil.

Em um segundo artigo, “Outras Palavras” trata, mais uma vez, da imprensa da corrente principal. Argumenta sobre o direito de resposta e sobre a venda de um produto comprometido com interesses comerciais. Aqui, 253 pessoas gostaram e houve 129 compartilhamentos.

Capitalismo e Socialismo são sempre alvos de críticas. Na imprensa alternativa ainda mais por serem meios contra-hegemônicos e divergentes da lógica de mercado imposta pelo Capitalismo. Aqui retomamos os conceitos de Fuchs (2010) para validar a ideia de crítica ao capital tão evidente na mídia de contra-informação. Para ele, o cerne do meio alternativo é a crítica da razão de um sistema global, capitalista, de desordem, da ideologia verticalizada. Textos reflexivos que levam um grupo de leitores interessados em um novo tipo de jornalismo a pensarem. E até a formularem uma opinião contestatária. “Mídias alternativas são meios de comunicação que desafiam as formas capitalistas dominantes de mídia, produção, estruturas de mídia, conteúdo,

distribuição e recepção” (Fuchs, 2010, p. 178). Assim, as notas de “Outras Palavras” são embasadas em ideias de ressonância e de confronto.

O debate sobre a Revolução Cubana foi lançado por “Outras Palavras”, no dia 13 de dezembro de 2015, ao tratar do filme do diretor cubano Ernesto Daranas “Numa escola em Havana”. O texto discursa sobre a importância da educação no governo de Cuba e questiona as perspectivas do socialismo do século XX. A peça atingiu 641 gostos e 149 replicações.

Nas 27 interações, algumas críticas ao Socialismo e manifestações positivas ao filme e ao modo de ensino socialista.

Na educação é preciso trabalhar além dos muros das escolas, senão ela não acontece por inteiro (Graça Mol, 13 de dezembro de 2015).

Aqui, mais uma vez, seguem figuras para ilustrar publicações:

Figura 7



Peça publicada por “O Corvo”, em 1 de dezembro de 2015

Figura 8



Peça publicada por “Outras Palavras”, em 13 de dezembro de 2015

IV.2.2. Reações do público leitor

O artigo do dia 4 de dezembro de 2015 d’ “O Corvo” anunciava as obras da piscina de Penha de França para 2016, fechada desde 2011. Muitas interações de leitores diziam da satisfação em meio a notícia recebida, assim como dúvidas a respeito da medida.

Que saudades desta piscina! A ver se abre mesmo. Eu lá estarei quando abrir! (Susana Simplício, 4 de dezembro de 2015).

Polêmica instaurada e verificada através do número significativo de interpelações: foram 35 apreciações e 17 partilhas.

Uma vasta quantidade de gostos (1.152) foi computada em matéria d’“Outras Palavras” produzida em 11 de dezembro de 2015. O meio alternativo revelava que a Finlândia planeja redistribuir a cada cidadão 800 euros mensais, sem contrapartida em trabalho, um projeto chamado Renda Cidadã. “Benefício substituirá medidas caritativas. Autor da proposta debate seu caráter transformador”, colocou. Também as partilhas alcançaram um valor extenso: 785.

Nos comentários – que foram 123 –, esclarecimentos:

Apesar de os detalhes ainda não estarem acertados, um plano piloto pagaria 550 euros aos finlandeses por mês (junto com outros benefícios). Se o piloto tiver sucesso e o esquema for aplicado nacionalmente, os finlandeses receberão 800 euros por mês sem impostos, substituindo vários outros benefícios que recebem atualmente (João Falcão, 11 de dezembro de 2015).

Outro destaque em termos de reações das pessoas a temas foi feito por “O Corvo”, em 7 de dezembro. O jornal denunciava os problemas das calçadas de Lisboa. Um deles, a presença de motos com frequência e a novidade é que a polícia passará a multar. Os oito comentários são de surpresa pelo ato.

Custa a acreditar! Há certeza? (Dina Carvalho, 7 de dezembro de 2015).

O texto levou 22 curtidas e foi compartilhado 24 vezes.

Aqui delineando o foco no público, típico da mídia comunitária, representada na pesquisa por “O Corvo”, em um momento de várias obras estruturais em Lisboa, o jornal vem tratando do assunto com a publicação de peças, o que reflete a atenção do veículo para com a comunidade. Daí os textos terem assinalado uma quantidade ampla de intervenções. A primeira matéria, divulgada no dia 8 de dezembro de 2015, relatou a requalificação da zona ribeirinha, entre Cais do Sodré e Santa Apolónia até 2017. Descrenças nas interações foram detectadas.

Parece-me que não quero cair nesta (Luis Sergio Reis Fernandes, 8 de dezembro de 2015).

52 pessoas aprovaram e 17 (re) publicaram em seus perfis.

Ainda sobre a forma contestatária com que os cidadãos costumam agir no que toca os meios de contra-informação, o público entrevistado na peça divulgada por “Outras Palavras”, no dia 14 de dezembro de 2015, a respeito da hipótese de cultivo de oceanos pela humanidade, a fim de evitar a depredação desses ecossistemas. O artigo obteve 206 gostos e 75 partilhas.

Nas interferências, que foram 25, discordâncias marcaram:

Os oceanos são, de fato, imensos desertos. Apenas as zonas costeiras são produtivas e apenas algumas delas podem ter tais fazendas. Além disso, infelizmente as zonas costeiras estão entre os ecossistemas mais degradados do

planeta. Existem diversos tipos de fazendas e algumas que colaboram para a eutrofização. Cultivar os oceanos tem talvez mais riscos e limites do que cultivar a terra (Demetrio Luis Guadagnin, 14 de dezembro de 2015).

Interveniências são de praxe em textos publicados por meios alternativos. Comentários, elogios, reclamações. As redes sociais possibilitam isso. Segundo Castells (2009), o público adquiriu, com a Internet, a autonomia criativa. A informação flui e é capaz de possibilitar o acesso e o pensamento reflexivo. Contestações, exigências e confrontos já são realidades nas notícias do Facebook.

Reclamações efetivas foram localizadas em artigo d’“O Corvo” que informava, em 22 de dezembro de 2015, sobre a ampliação de estacionamento na encosta da Penha de França, uma demanda requisitada pela população. Leitores estavam indignados em vista da substituição de espaço verde por cimento.

Portanto vamos tirar espaço verde e cimentar. Nem vale a pena comentar quem ganhou a concessão os amigos da EMEL. Alguém anda a receber uma bela maquia na CML (Paulo Ramos, 22 de dezembro de 2015).

A peça chegou aos oito gostos e duas partilhas.

Artigo bastante comentado tratava da implementação de um sistema municipal de rede de bicicletas partilhadas em Lisboa, divulgado por “O Corvo”, em 17 de dezembro de 2015. A celeuma se instalou no fato de o projeto custar 29 milhões de euros.

Nas intervenções, opiniões particulares sobre a medida.

Não vejo grande sucesso no projecto, sobretudo devido às condições geográficas de Lisboa, onde as grandes colinas serão sempre um entrave para quem pedala, o mesmo não acontece noutras cidades onde o projecto foi bem sucedido (Carlos Barbosa, 17 de dezembro de 2015).

O artigo recebeu 13 apreciações, 12 partilhas e 13 comentários.

Os meios alternativos são sempre passíveis de questionamentos, seja pela credibilidade, seja pelo teor crítico carregado de uma ideologia contra-hegemônica. Em “O Corvo”, em matéria publicada no dia 27 de novembro de 2015 sobre as obras nos jardins ribeirinhos do Parque das Nações que estão a desagradar moradores, leitor apresenta indagações em seu comentário:

Não percebi. No final da reportagem dizem que o previsto é que as lajes sejam substituídas e que depois da obra fique como era até agora, mas em melhores condições. Se é assim, então qual é a notícia o debate ou a polêmica? Sinceramente, não percebi (Julio Lima, 27 de novembro de 2015).

A matéria obteve cinco gostos, duas partilhas e três comentários.

Abaixo mais imagens de algumas publicações avaliadas:

Figura 9



Peça publicada por “O Corvo”, em 8 de dezembro de 2015

Figura 10



Peça publicada por “O Corvo”, em 22 de dezembro de 2015

Figura 11



Peça publicada por “O Corvo”, em 17 de dezembro de 2015

IV.2.3. Estratégias

“Outras Palavras” costuma realizar entrevistas a fim de enriquecer as análises de assuntos polêmicos. Uma delas foi divulgada no dia 23 de novembro de 2015, com o geógrafo britânico marxista David Harvey. Lá ele falava sobre a radicalização das grandes cidades. “É nos grandes centros urbanos que capitalismo contemporâneo se reproduz –mas é de lá, também, que pode surgir uma alternativa”. A entrevista teve um alcance bem significativo. Com 654 curtidas e 413 partilhas. Nos 13 comentários, elogios às ideias de Harvey e referências ao tema fazer parte da esfera sociológica.

Com o intuito de disseminar melhor as informações, nas publicações de “Outras Palavras” alguma peça é escolhida como mais lida da semana. Foi o caso de “ O mito interesseiro da ‘autorregulação’”, matéria veiculada no dia 27 de novembro e novamente exposta no dia 29 de novembro. O artigo falava que “aos poucos, Estados transferem poder de regulamentar vida econômica e financeira aos “mercados”. Se não for freada, esta? Tendência destruirá direitos sociais e natureza”. Julgamentos ácidos tanto à página quanto ao assunto:

Tipo prefeituras regularem o Uber? Ata!. Sai fora esquerdosos do Outras Bobagens.... (Felipe Pritsch Goettems, 27 de novembro de 2015).

Foram 618 curtidas, 464 compartilhamentos na primeira exibição. Já na segunda, mais 228 gostos e 146 partilhas.

A partilha de conteúdos é outra estratégia usada pelos meios alternativos em seus perfis de redes sociais a fim de, além de enriquecer a página com mais informações sobre determinado assunto, angariar audiência. Em conteúdo partilhado, “Outras Palavras” mostrava, no dia 22 de dezembro de 2015, entrevista com o filósofo Noam Chomsky em que os questionamentos se voltaram a como Washington continua a alimentar – mesmo após atentados de Paris – grupos extremistas que simula combater? Qual o papel da Rússia? Por que candidatura de Bernie Sanders à Casa Branca importa? O texto atingiu 518 apreciações e 317 pessoas publicaram em suas *timelines*.

Meio ambiente está sempre na pauta dos veículos de comunicação livres e, geralmente, o tema resulta em debates. Nesse quesito, é de relevância apontar o crime ambiental ocorrido em Mariana – Estado de Minas Gerais, Brasil, dos assuntos mais

alardeados durante o período estabelecido para observação das peças. “Outras Palavras” voltou boa parte dos textos ao tema. Esse que é o maior desastre ambiental do Brasil.

Em uma das matérias falou-se sobre a falta de água em Governador Valadares (cidade mineira), em virtude do rompimento de duas barragens da mineradora Samarco que atingiu áreas urbanas e o Rio Doce. O artigo alcançou 242 curtidas, 154 partilhas e sete comentários.

Outra notícia tratava da votação, pelo Senado, de lei que torna o licenciamento e fiscalização ambientais ainda mais precários e inconsistentes, a menos de um mês após crime da Samarco/Vale do Rio Doce.

Referências à corrupção, arbitrariedades, capitalismo e outros estão nas discussões abertas pelos leitores.

É isso entre tantas outras arbitrariedades que precisa acabar no Brasil. O Senado e Câmara votam em ou vetam, ou apresentam ou engavetam projetos de acordo com as contribuições e interesses mais escusos, que na maioria das vezes tem desdobramentos prejudiciais para a população mais pobre e desprovida de recursos e voz. (Rizelio Martins Silva, 25 de novembro de 2015).

O texto atingiu 646 curtidas, 565 compartilhamentos e 34 comentários.

A respeito da posição da Europa sobre o aquecimento global, “Outras Palavras” anunciou, no dia 8 de dezembro de 2015, que documento vazado revela que o velho continente quer bloquear transferência de tecnologias verdes aos países pobres e manter práticas de comércio que elevam emissões de carbono. O alcance foi de 183 curtidas e 129 compartilhamentos.

Em matéria que discorreu sobre a escassez, cada vez maior, do Rio São Francisco divulgada por “Outras Palavras” no dia 10 de dezembro de 2015, as interações dos leitores (63) trazia acréscimo de informações.

Aldenir Tabosa, olha aí o que disse sobre o rio São Francisco. Projetos de irrigação a margem do rio, retirada de mata ciliar e outras coisas mais acabaram com o rio (Hildeberto Vasconcelos, 10 de dezembro de 2015).

A peça atingiu 741 gostos e 642 partilhas.

Já no dia 12 de dezembro de 2015, “Outras Palavras” criticava o que eles chamaram de “farsa” de governos e corporações parisienses ao anúncio que agem contra mudança climática sem reduzir nenhum dos mecanismos essenciais que a provocam.

O artigo chegou às 347 apreciações e 212 partilhas.

Esclarecimentos sobre o tema foram divulgados nos comentários dos leitores:

Penso que sim, em sua maioria, as empresas buscam apenas melhorar suas respectivas imagens; mas, para além da paranóia nossa, que não deixa de ter certo fundamento, há outrossim, propostas e pesquisas já sendo aplicadas com um viés sustentável. O Sky Mining é um dos exemplos expostos na conferência; podemos também citar as novas tecnologias de limpeza dos plásticos à deriva nos oceanos, ou ainda, as bactérias capazes de digerir os tais plásticos”. É preciso acompanhar os anúncios e tecnologias, ainda que sejam *merchandising*; e para além do nosso pessimismo, mesmo o Homem elitizado, também busca soluções para o meio ambiente (Victor Hugo Tosta, 12 de dezembro de 2015).

Mais uma vez, “Outras Palavras” discorre sobre aquecimento global ao relatar os desdobramentos da Cúpula do Clima, ocorrida em Paris. A avaliação publicada foi de que houve um consenso sobre a gravidade da situação do planeta em razão do aquecimento global, porém *lobbies* bloquearam as medidas indispensáveis para enfrentar o problema. O texto atingiu 155 apreciações e 86 partilhas.

Sobre o mesmo tema, “O Corvo” expunha, em 16 de dezembro de 2015, a aprovação do regulamento para as árvores em Lisboa, regulamentação das ações de poda, corte e tratamento. No entanto, as críticas à normatização são latentes. O artigo teve oito curtidas e quatro compartilhamentos.

Outro assunto de grande repercussão foi colocado por “Outras Palavras”, no dia 14 de dezembro de 2015. Crimes cometidos pela Polícia Militar no Estado de São Paulo. “Só em 2014, polícia paulista assassinou 396 pessoas. Em 86% dos casos, mortes vieram na sequência de roubos, sugerindo execuções sumárias. Alguns casos são chocantes”, dizia a matéria. Foram 191 curtidas e 88 compartilhamentos.

Sobre as análises dos leitores – 21 –, opiniões favoráveis à reflexão exposta pela mídia alternativa marcaram as falas.

O número de mortos aumenta na mesma proporção que a criminalidade. Logo, tiramos a conclusão de que matar não é solução (Anderson Jardim, 14 de dezembro de 2015).

“O Corvo” polemizou ao publicar, em 18 de dezembro de 2015, matéria que discorria sobre a aprovação da utilidade pública do instrumento legal de expropriação de três prédios particulares na Mouraria para dar lugar a uma mesquita. As discussões estiveram voltadas a laicidade do Estado português. A votação final da proposta foi quase unânime, contando apenas com a abstenção de seis deputados, cinco dos quais do PSD.

Inacreditável, e a Câmara vai enterrar milhões de euros na construção de um templo religioso (qualquer que ele fosse) com que legitimidade?! (Martim Galamba, 18 de dezembro de 2015).

Assim, os comentários, que foram 11, demonstram revolta. O artigo obteve três curtidas e 17 compartilhamentos.

Análises de assuntos nos comentários representam a ressonância das matérias desse tipo de mídia. Juventude perdida de garotos que passam a seguir o Estado Islâmico foi tema d’ “Outras Palavras”, no dia 23 de dezembro de 2015, passível de uma série de intervenções e demonstrações de opiniões pessoais. O texto fala de jovem terrorista condenado à morte que ajudou a compreender o que torna extremismo atraente: não os dogmas religiosos, mas o ódio à invasão norte-americana e esperança de recuperar dignidade. A matéria recebeu 167 apreciações e 74 partilhas.

Avaliações a partir de informações publicadas entram nas 28 intervenções.

Falar em adolescência perdida nesse caso não tem relevância nenhuma, pois é um conceito totalmente ocidental. Eles não estão se importando com as fases classificadas como infância/adolescência, etc, tampouco com perdê-las (Alana Nunes, 23 de dezembro de 2015).

Mais figuras ilustram as peças analisadas:

Figura 12



Peça publicada por “Outras Palavras”, em 25 de novembro de 2015

Figura 13



Peça publicada por “Outras Palavras”, em 8 de dezembro de 2015

Figura 14



Peça publicada por “O Corvo”, em 15 de dezembro de 2015

Figura 15



Peça publicada por “O Corvo”, em 18 de dezembro de 2015

A partir da análise das peças, foi possível chegar à conclusão que avaliações aprofundadas, críticas e esclarecimentos nos comentários são reflexos de algum tipo de repercussão no pensamento e nas ideias do público leitor. O debate demonstra o impacto dos conteúdos e a imposição e até mudança de opinião dos usuários da Internet. Portanto, os textos apresentados pelas mídias alternativas observadas agregam valor ou despertam para algum tipo de manifestação por parte dos usuários da Internet e das páginas do Facebook de “Outras Palavras” e “O Corvo”. Levantam discussões e, por terem sido publicadas em um meio de libertação – sem censura – que é o virtual, os usuários expõem, sem amarras, suas ideias.

Mesmo com ideologias contrárias as dos artigos publicados, as pessoas têm interesse em ler as análises postas à prova, o que permite-nos chegar a conclusão que o meio virtual é responsável por dissipar informações em grande velocidade e extensão.

Sobre o alcance, o número significativo de comentários, gostos e partilhas comprovam o grande acesso que as pessoas têm hoje aos meios noticiosos na rede, sobretudo, mesmo sem pagar pela informação.

Outra hipótese confirmada por meio da avaliação das peças d’ “O Corvo” e “Outras Palavras” é a de que seus conteúdos acabam por despertar o senso crítico no público e a concretização de um ativismo em defesa de causas. Os comentários representam a voz ativa concedida pela liberdade do ciberespaço. E a formação de opinião é também detectada, além da assimilação dos conteúdos. Se há debates sobre os temas é porque as pessoas leram, refletiram e opinaram. Ou pelo menos viram e gostaram, no caso de não haver comentário.

IV.3. Comparativo

“Outras palavras” e “O Corvo” diferem em uma série de pontos, apesar de ambos entrarem na classificação de meios alternativos. São páginas que se propõem a objetivos diferentes. O primeiro quer oferecer análises trabalhadas sobre temas genéricos da atualidade que estão em discussão. Já o segundo expõe fatos de Lisboa a dar conhecimento sobre problemas e informações da cidade aos leitores.

Os formatos são bem distintos. “Outras Palavras” traz textos longos, analíticos, com estrutura questionadora do sistema, apontando ideias pós-capitalistas e

transformações em um mundo contemporâneo, sejam elas boas ou más. Entrevistas, reportagens que narram histórias e os passos de jornalistas na realização dos seus artigos nas chamadas séries especiais, além de textos de outros veículos (Outras Mídias) e do blog do jornalista Alceu Castilho, vinculado ao site.

Já “O Corvo” opta por matérias jornalísticas informativas. Textos mais curtos. Como um meio transmissor de notícias, porém com a inserção do olhar questionador típico da contra-informação e da não hegemonia, livre de censura.

Portanto, o que há em comum: a criticidade. Ambas apostam no teor crítico do discurso.

No que concerne à linguagem, “O Corvo” utiliza a coloquialidade, uma maneira mais “popular” para atender à comunidade. Até por enquadrar-se na colocação de mídia comunitária. Em contraponto, “Outras Palavras” faz uso de um vocabulário mais culto, com palavras rebuscadas. Brasil e Portugal possuem maneiras distintas de fazer jornalismo. Então, a forma de escrever é díspar nas comparações entre as duas páginas. Para além dessa questão, o perfil de produção de texto não é o mesmo, como já foi descrito anteriormente.

Quanto ao alcance, “Outras Palavras” possui um público muito maior nas redes sociais e no site do que “O Corvo”. Nessa questão é possível levantar razões lógicas. A primeira é a discrepância sobre a dimensão territorial dos países de origem das duas páginas. “Outras Palavras”, do Brasil, é mais visto e mais comentado supostamente por falar mais de assuntos do país que possui população 20 vezes maior que Portugal. Portanto, há menos pessoas para ler e para discutir publicações d’ “O Corvo”.

Outro ponto que interfere no alcance das páginas é a cultura. Brasil é o segundo país com maior número de usuários do Facebook, perdendo apenas para os Estados Unidos, de acordo com pesquisa realizada pelo site SocialBakers. Já Portugal fica atrás disso. Logo, os portugueses veem menos que os brasileiros notícias publicadas na rede social, conclusão que ingere sobre a repercussão dos meios. Enquanto o perfil d’ “Outras Palavras” anda na casa de quase 300 mil usuários, o d’ “O Corvo” tem pouco mais de nove mil. As peças do primeiro já obtiveram por volta dos mil gostos, já do segundo raramente chegam aos 100.

As partilhas acontecem em um número mais significativo n' "O Corvo", em torno de 50, em comparação aos gostos e comentários. Contudo, são, mais uma vez, bem menos do que em "Outras Palavras" – tendo chegado a mais de mil. Nesse segundo, os compartilhamentos atingem níveis mais ou menos equiparáveis às apreciações.

Os comentários também apresentam posturas desiguais. Os leitores d' "Outras Palavras" estão sempre mais inflamados. As discussões são calorosas. As críticas escancaradas ao meio são contantes. Já em "O Corvo" não há debates nas peças do Facebook e as intervenções são quase sempre para demonstrar uma indignação ou satisfação relativa a uma novidade, seja ela mau ou boa, respectivamente. As manifestações são de elogios à página, nunca de desagrado a certo texto.

Interpelações enriquecedoras foram observadas em ambos os perfis. No sentido de acrescentar informações e esclarecimentos sobre os assuntos tratados.

Os veículos possuem maneiras diferentes de sustentabilidade. "Outras Palavras" mantém-se por meio da colaboração de assinantes e "O Corvo" sobrevive com recursos próprios da equipe e sem local físico de trabalho até o final de abril de 2015, mas será obrigado a encerrar as atividades por falta de capital.

Os dados coletados na avaliação das peças levam a conclusão de que o número de compartilhamentos, de gostos e de comentários é maior em "Outras Palavras" do que em "O Corvo". O alcance, portanto, é mais amplo.

A análise apresentada comprovou a repercussão das peças tomadas como exemplo d' "O Corvo" e "Outras Palavras". Essa foi a primeira avaliação com o propósito de atestar as hipóteses levantadas.

O Capítulo IV, contante na Parte II do trabalho, trouxe à baila as observações pertinentes às peças publicadas por "O Corvo" e "Outras Palavras", no período de um mês. Consideramos o alcance e a provocação dos temas propostos pelos meios para a avaliação, sempre com o aporte de conceitos já percorridos no capítulo teórico (I). Foram contabilizados e descritos os comentários, as partilhas e as apreciações dos perfis do Facebook, assim como a inserção de imagens.

O próximo capítulo traz a segunda parte da coleta de dados com a pesquisa de recepção (resultados das entrevistas).

Capítulo V

Análise das entrevistas e apresentação dos resultados

O último capítulo tenciona expor as avaliações das entrevistas feitas com leitores e não leitores com o intuito de constatar, por meio das falas dos interlocutores, interesse pelos conteúdos de mídia alternativa, caracterização dos objetos da pesquisa (“O Corvo” e “Outras Palavras”) na visão dos leitores, consumo diário de mídia no geral, consumo de notícias do Facebook, repercussão no sentido de provocar pensamento reflexivo, e alcance medido através da leitura assídua, dos comentários e gostos dados às peças publicadas no Facebook pelos meios estudados. Outra questão pertinente e que entra no questionamento aos entrevistados e, portanto, no relato dos resultados, é a credibilidade da imprensa alternativa e tradicional. Faz parte da recuperação do material de pesquisa o perfil dos entrevistados com informações sobre profissão, idade, ideologia política (se houver) e assiduidade na leitura jornalística. Os dados foram gerados a partir de tabela com modelo para análise de conteúdo presente na Tabela 1.

V.I. Pesquisa de recepção

Ao decidir pela realização de entrevistas a intenção foi a de perceber, além do consumo diário de mídia geral, por pessoas de diferentes perfis (idade, profissão, gênero, ideologia e a classificação de leitor e não leitor dos objetos de estudo), o alcance dos meios contra-hegemônicos sem determinar um grupo específico. Assim, tornou-se mais evidente a repercussão do jornalismo alternativo no ciberespaço. As interlocuções foram essenciais para apontar também o uso de redes sociais no processo de busca pela informação. Procuramos, portanto, identificar dentro das falas dos entrevistados a confirmação das hipóteses de a imprensa “livre” provocar o interesse e a reflexão com textos mais analíticos, de uma forma geral. Perguntas diretas sobre a tese levantada foram feitas a fim de obter respostas objetivas.

O perfil dos entrevistados foi selecionado pelo critério de ser leitor ou não dos objetos. Ainda foram levados em consideração a profissão, o gênero, a nacionalidade (já que entraram portugueses e brasileiros, a fim de criar um comparativo sobre o uso do Facebook como meio informativo e de leitura d’ “O Corvo” e d’ “Outras Palavras”,

respectivamente), a idade e a ideologia política. Esse último para identificar a aproximação à imprensa alternativa (geralmente de esquerda) ou à tradicional (rotineiramente voltada ao pensamento de direita).

Uma das conclusões é de que o perfil de gênero, idade ou nacionalidade não interferem na leitura de notícias. Houve detecção de acesso dos meios alternativos em todos os casos no Facebook e em sites. O que muda é a frequência e a quantidade de vezes que a pessoa vai a páginas fora das redes sociais. Assim como o volume de meios apreciados.

Outro ponto que distancia os interlocutores são os assuntos de interesse. Portanto, a profissão é um ponto de disparidade. Os entrevistados têm interesse em temas que dizem respeito à sua área de atuação. Trata-se de escolhas – como foi relatado durante o trabalho com a aquiescência na Internet. As leituras partem também de gostos pessoais por questões que agradam. Arte, cultura, arquitetura, saúde, meio ambiente, música, política, educação, patrimônio histórico, restauração, astronomia e outros. Os usuários entram em sites e gostam de páginas do Facebook que tratem dos temas de maior afinidade.

Diria que não tenho uma viagem muito certa a nível de leitura. Tenho aquelas que me parecem as mais adequadas àquilo que faço. Sou uma oportunista do jornalismo. Mas acho que os tempos em que vivemos cada vez mais dão a nós a capacidade de poder escolher o caminho do conhecimento. E não estarmos limitados àquilo que outros escrevem e acabam por ser as palavras escritas no jornal que condicionam a opinião pública. Acho que não, acho que temos tanto por onde escolher que cada um faz seu caminho (Sandra Felgueiras, entrevista XVII).

No que toca à interatividade no Facebook, as mudanças também foram constatadas. Embora a maior parte não comente, mas goste e compartilhe. A não ser quando o debate chega a um nível gritante os interlocutores se dão ao direito de retrucar alguma informação e expor opiniões. Os gostos são de maior efeito. Costuma-se curtir muitas peças. O compartilhar, porém, apenas torna-se ação quando os entrevistados acham importante que outras pessoas vejam aquela informação. Alguns até escrevem algo sobre um assunto muito polêmico, mas acabam por não apertar a tecla “*enter*”. Para o debate existem também os grupos fechados do Facebook. É lá que muitos vão

participar de fóruns de discussão, algo mais privado e com pessoas que seguem a mesma linha de pensamento, na maioria das vezes.

Nos meus amigos temos grupos e comunicamos, grupos fechados (Nuno Rocha, entrevistaX).

Há pessoas que são *voyeurs* das redes sociais, ou seja, apenas observam sem participar. É também uma forma de comportamento comum. Um dos entrevistados assume-se como tal. E credita esse tipo de atuação ao fato de evitar a exaltação de ego. Eu acho que é um problema das redes sociais.

As pessoas não partilham as coisas enquanto opinião. Isso é um problema. Partilham as coisas como dados adquiridos. E isso é dúbio (Nuno Rocha, entrevistaX).

O comparativo Brasil / Portugal torna-se importante também no momento da recolha de dados das entrevistas, à medida que foram realizadas perguntas a portugueses e brasileiros a fim de saber se há diferenças de assimilação dos conteúdos, de consumo de mídia e de participação nas redes sociais. O ponto de maior destaque nesse sentido é a interatividade. Os brasileiros são mais críticos e, portanto, costumam entrar mais em debates.

Eu acho que os brasileiros são muito mais críticos. E eles polemizam mesmo e as pessoas entram nas discussões. A gente (portugueses) tem algum distanciamento, não faz tanto isso, mas acho que vocês, a ter a vossa opinião, e a falarem, quando todo mundo está a discutir em debate. A gente tem a ideia de que “ah... não vou falar, tenho vergonha, ou porque posso não ter certeza exatamente absoluta do que eu estou a falar”, então a gente fica um pouquinho assim (Ana Negrão, entrevista XI).

Os portugueses costumam ler mais a imprensa internacional do que os brasileiros, sobretudo sites alternativos, se considerarmos o universo do colóquio realizado pela pesquisa. Já os brasileiros priorizam comunicação do seu país. Vale ressaltar que os brasileiros entrevistados vivem em Portugal, portanto, leem jornais locais. Os leitores do Brasil acessam mais páginas de esquerda e possuem mais interesse em política do que os de Portugal. Arte, esporte, saúde e questões de património são searas de interesse dos portugueses. Mais do que dos brasileiros.

No geral, brasileiros consomem mais páginas alternativas e os portugueses mais as tradicionais, dentro do universo investigado. A conclusão retirada das entrevistas é a de que em Portugal poucos meios de contra-hegemonia atuam. Entretanto, é um formato

em fase de crescimento no país. Cada vez mais e mais veículos alternativos surgem para integrar a comunicação portuguesa. O que pode ser explicado pelo fato de o público ter interesse e se informar mais pela imprensa tradicional, mesmo que através das redes sociais (dado coletado nas interlocuções).

Em Portugal e daquilo que conheço existe pouco jornalismo alternativo de qualidade (Ana Negrão, entrevista XI).

Os resultados mostram que há consumo diário de mídia no Facebook, principalmente. Até pela falta de tempo e pela praticidade de ler notícias pelo telefone móvel. Fica mais fácil abrir apenas a rede social e ter acesso a informações das mais variadas, como foi afirmado pelos entrevistados. O Facebook facilita.

É mais fácil ir onde queremos (Martha Tavares, entrevista VIII).

Os meios alternativos são acessados das *timelines* dos usuários.

Com as redes sociais eu tenho todo tipo de informação que chega a mim. É só eu curtir aquela que me interessa, mas todas chegam a mim de uma forma muito rápida. Toda vez que eu abro os perfis chegam notícias de jornais e de *blogs*, de assuntos diversificados (Martha Tavares, entrevista VIII).

A forma mais comum de conhecimento da mídia alternativa, como foi detectado nas entrevistas, é pelo Facebook. Amigos que compartilham peças que despertam interesse em abrir as páginas. Embora alguns optem por entrar direto nos sites para ver o que há de interessante.

No caso dos leitores de “O Corvo” e “Outras Palavras”, os perfis do Facebook foram preferenciados e as peças aparecem em seus murais. Assim, a leitura é estimulada. Aqui é relevante voltar ao tema convergência de mídia. Hoje, a Internet é repositório de informações e com grande nível de propagação e de acesso. Portanto, é ferramenta garantida de visualização de conteúdos. Daí os sites em discussão apostarem em perfis da rede social.

Hoje, a maioria das pessoas só lê meios digitais. O consumo de jornais impressos diminuiu muito. A Internet possibilitou o acesso a conteúdos gratuitos, então os leitores não querem mais pagar por informação. Essa questão entra na seara da sustentabilidade dos veículos alternativos. Para garantir a audiência, eles precisam de

outras formas de financiamento, que não a paga pelos leitores e nem o patrocínio de empresas para evitar o tolhimento na escrita. Elegeram, portanto, a livre iniciativa do público de contribuir com a produção das matérias ou matém-se por conta própria, assunto já tratado anteriormente.

A outra forma de acesso a textos de “O Corvo” e “Outras Palavras” é por indicação de amigos dos entrevistados. O uso da Internet para notícias funciona, por vezes, na base do conhecimento. Companheiros ou familiares que sugerem leituras ou partilham textos. Esse material divulgado tem garantia de visualização porque teve a indicação de pessoas com a mesma linha de pensamento dos entrevistados. As redes sociais são a maneira mais fácil e rápida de ver notícias. O Facebook lançou, em 2014, um novo *design* para o *feed* (mural) de exposição das publicações. Em formato de jornal com o intuito de aproximar a rede social de um informativo próprio para leitura diária de informações jornalísticas. Assim como aumentar o alcance de páginas usadas na rede como ferramenta de divulgação. O Facebook também propõe a apreciação de perfis para a visualização constante de peças disseminadas. Portanto, é possível ler diversos conteúdos de jornais e de mídia alternativa.

Os objetos de estudo foram contemplados em um questionamento direto aos entrevistados leitores das páginas. As interlocuções foram feitas com quatro portugueses (dois homens e duas mulheres) leitores d’ “O Corvo”, por ser um meio de Portugal. E quatro brasileiros (dois homens e duas mulheres) leitoras d’ “Outras Palavras”, por ser uma página criada em São Paulo, Brasil. A primeira observação importante retirada do processo de questionamento sobre os veículos é a detecção de que são, de fato, meios alternativos.

Quanto a “Outras Palavras”, chama a atenção o olhar crítico.

Não é que diz mal ou bem. Sempre com desdobramento de opinião e não só aquela que está na primeira impressão. Tipo de veículo que vai falar do aquecimento global e vai também pesquisar e botar conteúdo, seja gerado por eles ou por outros – eles colocam outros *links* –, que versa sobre aquela água que você lavou a mão não é bonitinha. Houve economia, mas não muda nada diretamente porque a indústria de laminação de aço gasta um trilhão de litros. Desproporção. Se todo mundo economizar lavando a mão vai ser um décimo ou um centésimo do quanto a indústria gasta. Então esse tipo de jornalismo é que é “legal”. E não

aquele que pega uma ação não pesquisa e não critica e toma aquilo como uma pequena e até falsa verdade. Então, o “Outras Palavras” é um veículo de esquerda neste sentido. Não que ele apoie os políticos de esquerda. Não. Mas é sempre uma visão torta e canhota das coisas. Eles não citam muitas séries de entretenimento banais. Mas se um dia falarem vão apontar os caminhos tortuosos para chegar naquilo: contratos abusivos com atores, jornada extrema de filmagens para cumprir prazos. É esse o olhar deles (Matheus Bernasconi Puertas, entrevista VI).

Leitores destacam a narrativa da página:

Por ser uma mídia alternativa, “Outras Palavras” pode se dar ao luxo de falar o que quiser e jogar vários assuntos. Esse formato costuma atrair os entrevistados. Atrai-me muito o modo como eles apresentam reportagens, de uma maneira muito narrativa, completamente factual. A construção da peça jornalística é feita de maneira a contar onde os jornalistas se encontraram com as fontes, como foi o encontro, qual foi o contexto, como foi a negociação para que aquilo acontecesse. É algo que os meios tradicionais não usam. “Outras Palavras” é sempre narrativo, mostrando todos os lados. Tem muito a ver com o que eu faço, a maneira como eu penso, escrevo, é muito próximo (Amanda Guerreiro, entrevista VII).

“O Corvo” foi assinalado nas interlocuções como veículo que tem crescido em alcance:

“O Corvo” atrai por ser um tipo de jornalismo que já não é muito praticado em Portugal. Os jornais mais tradicionais aboliram os cadernos de cotidiano e não há mais notícias voltadas para as cidades. É um jornalismo que vai ao pormenor, não é que se vá chamar de regional, mas é uma notícia regional quando é dada pela primeira vez e que pode se tornar um fato nacional. Ninguém sabe logo a dimensão e eles conseguem dar a notícia em primeira mão. Os outros meios bebem da fonte d’ “O Corvo”. Eu acho que essa página já tem sido citada muitas vezes e eu acho que isso é o melhor reconhecimento do projeto. Contar boas histórias, tudo bem que é mais sobre Lisboa, é a capital. Mas o que percebi é que essas notícias estão sendo amplificadas por outros jornais com muito mais recursos que “O Corvo” que tem conseguido produzir furos de reportagem. Eles têm esse prazer de conseguir fazer jornalismo a sério, que é dar a notícia em primeira mão. São textos longos e completos (Armando Seixas, entrevista I).

Os *hiperlinks*⁵ fazem parte do consumo midiático. Muitas páginas alternativas tornam-se conhecidas por meio dessa estratégia que possibilita a divulgação dos meios. Uma espécie de otimização dos sites. Entrevistados são assíduos no uso de hiperligações.

Hoje em dia a Internet nos obriga, se quisermos seguir os *hiperlinks*, a viajar muito. Níveis de conhecimento bastante aprofundados e diferentes. Às vezes os *hiperlinks* levam a textos mais analíticos, outras vezes não (Sandra Felgueiras, entrevista XVII).

Outros meios alternativos consumidos pelos interlocutores da pesquisa são os sites com páginas no Facebook: Observador, Conversa Fiada, Tijolaço, Mídia Ninja, O Cafezinho, Diário do Centro do Mundo, Nova Democracia, Collective Evolution, Jacobin; a magazine Astronomy Now; revistas Cult e Piauí; *blogs* Socialista Morena, Revista Fórum, Fatos Interessantes.

Os *mainstream media* não deixam de ser vistos, até pela necessidade de se obter informações gerais. Ou como forma de perceber o tipo de estratégia que está sendo veiculada. Uma maneira de consumo – verificada com as entrevistas – é a leitura da imprensa de corrente principal seguida da busca de um contraponto nos veículos alternativos. Todos os entrevistados acessam páginas de jornais tradicionais. Alguns mais, outros menos. O Público (jornal português) é o veículo mais utilizado. O Expresso (jornal português) também é bastante lido. Diário de Notícias foi citado uma vez. Dos brasileiros, Estadão, Folha de S. Paulo, Correio Braziliense, O Globo. Dos internacionais, El País tem grande leitura, sobretudo a versão do Brasil, The New York Times, página da TV Aljazeera.

Há de se acrescentar que existe muito bombardeamento de informação. A liberdade que a Internet proporciona gera um volume grande de publicações das mais variadas maneiras de escrita e de conteúdo. Como pontua Castells (2001), a elasticidade da rede a torna particularmente suscetível a intensificar tendências contraditórias presentes no nosso mundo.

⁵Ou hiperligação trata-se de uma referênciadentro de um documento em hipertexto a outras partes desse documento ou a outro documento. Um programa informático utilizado para visualizar e criar esse documento chama-se um sistema de hipertexto, normalmente um usuário pode criar uma hiperligação ou simplesmente uma ligação. Um usuário que siga as ligações está a navegar o hipertexto ou a navegar a Web.

As repercussões são evidentes. As peças publicadas geram reflexões, análises dos temas e, por vezes, até mudança de opinião. Porém, sem causar mudanças de opinião com tanta frequência. Todavia, houve um entrevistado aberto a receber conteúdos e apto a ter mudanças constantes de pensamento⁶. Mesmo sem concordar, os leitores passam a pensar de uma forma que antes de ver o texto não havia a visão exposta pela página⁷. Acrescentam informações, segundo os entrevistados, e expõem pontos de situação importantes para a reflexão. O confronto de ideias é possível ao ler a imprensa contra-hegemônica. Há exposição de pontos de vista diferentes⁸.

Os veículos alternativos criticam sem muita agressão e tentam se insentar dos preconceitos estabelecidos, com veemência, mas de forma singela, sem ser vulgar. O posicionamento é claro. Por vezes, chegam a ser extremistas demais. No entanto, é possível perceber a imparcialidade da escrita (Matheus Bernasconi Puertas, entrevista VI).

O tamanho dos textos interfere na caracterização das mídias, segundo a visão de uma das interlocutoras:

A reflexividade própria da mídia alternativa tem muito a ver com a profundidade do texto. São escritas longas que há muito mais assuntos abordados e pontos de vista. São meios que esmiúçam mais a notícia. Ao comparar com as peças publicadas na Internet dos veículos tradicionais, a imprensa de contra-informação pauta-se em conteúdos extensos. Já os primeiros apostam em notas curtas e rápidas. Pelo menos é assim que eu vejo. “Outras Palavras” prima por textos muito mais longos, que tomam muito mais tempo de leitura. Até o El País, que é *mainstream media*, possui um estilo mais reflexivo. Então ao invés de você ler 15 notícias, você acaba por ler três ou quatro com muito mais profundidade. E te faz pensar muito mais (Amanda Guerreiro, entrevista VII).

A ressonância da mídia alternativa também acontece por meio da construção de argumentos sobre temas a partir da leitura dos textos. Isso se dá, de uma certa maneira, pela estratégia de conexão entre artigos sobre um mesmo assunto. No Brasil, mais

⁶Observação feita pelo entrevistado X, no anexo E

⁷Observação feita pelo entrevistado VI, no anexo E

⁸Observação feita pelo entrevistado II, no anexo E

conhecido por *suite*⁹. Os meios de contra-informação costumam “suitar” as matérias a fim de oferecer contrapontos e aprofundamentos ao leitor.

No que diz respeito à credibilidade, usuários da Internet costumam ter filtro para ler artigos e matérias publicadas¹⁰. Uma questão levantada durante as interlocuções foi que os conteúdos dos meios alternativos podem não ser elaborados por profissionais do jornalismo. Esse é um fator que gera desconfiança quanto a verossimilhança da informação. Já as mídias da corrente principal são renomadas e com conteúdos produzidos por jornalistas renomados, normalmente. Por outro lado, há o comprometimento da mídia tradicional que também acaba por ser ponto de dúvida no que concerne à confiabilidade. A percepção sobre a parcialidade dos meios é evidente entre os entrevistados. Todos possuem a exata noção do tipo de comprometimento, linguagem utilizada— que revela a censura—e informação que deixou de ser dada. O olhar crítico é fundamental. O conhecimento das fontes e de quem escreve também são formas de selecionar o que é credível ou não. Saber da linha editorial do veículo é outra forma de se resguardar.

Os jornais estão sempre alinhados a algum tipo de ideia e vão beber da mesma fonte (Bernardo Borges, entrevista II).

A confiança mediana foi apontada por um dos entrevistados:

Os alternativos são 80% credíveis e os tradicionais, 50%. Não é que não leia, mas não se toma como referência os sites não considerados idôneos. Posso até estar a cometer um erro. Por trás dessas páginas podem estar pessoas credíveis, mas a verdade é que neste *mid tier* tão específico que joga com coisas não dá para acreditar sem ter a certeza. Há tantas páginas não credíveis que se no meio desse marasmo aparecem duas ou três que são credíveis a gente acaba por olhar para elas da mesma maneira (Matheus Bernasconi Puertas, entrevista VI).

O descrédito acaba por causar, certas vezes, a perda de interesse pela leitura diária de notícias.

Uma das indagações das entrevistas foi sobre a existência de matérias que provocaram pensamentos reflexivos. Mais de um interlocutor citou os refugiados como

⁹Do francês *suite*, isto é, série, sequência. Em jornalismo, designa a reportagem que explora os desdobramentos de um fato que foi notícia na edição anterior.

¹⁰Observação feita pelo entrevistado V, no anexo E

tema de grande polêmica publicizado de maneira exacerbada pela imprensa de contra-informação e que suscitou repercussão e análise.

Outro assunto comentado por um dos entrevistados foi o crime ambiental de rompimento da barragem da mineradora Samarco, em Mariana, Minas Gerais, Brasil. Passou a acompanhar, através da mídia alternativa, o desenrolar do acontecimento. Acabou por acrescentar informação e a descoberta de novos *sites*¹¹.

“O Corvo” fez uma matéria sobre o projeto da Segunda Circular.

Polêmico, fez-me querer saber mais e pensar sobre o trânsito. Despertou a curiosidade sobre os detalhes (Martha Tavares, entrevista VIII).

Isso mostra a repercussão do meio diante dos leitores.

Um assunto que esteve em voga nas discussões do Facebook é a banalização do feminino. Análises publicadas pela imprensa de contra-informação sobre a violação sexual de uma menor instigaram a reflexão sobre tema por uma das entrevistadas¹².

Outro tema de veículo “livre” que despertou o pensamento analítico diz respeito às questões de preconceito.

Não é que mudou a minha opinião porque não é que eu acho que tenha mudado o que penso, mas me fez ver que ainda é um assunto que está distante de muita gente. Seja o que for, seja racial, preto e branco, amarelo e azul, seja lá o que for, seja brasileira, portuguesa. O preconceito mesmo físico, dificuldade de mobilidade, um deficiente mental. E o que é que há na sociedade para a integração. Esses assuntos despertaram a minha reflexão (Ana Negrão, entrevista XI).

A propagação dos trabalhos inúteis no mundo também foi tema provocativo em texto publicado por um meio “livre”. Remete a ideologia dos Canyon, o tempo de trabalho que poderia estar distribuído a nível mundial. Cada um a trabalhar quatro horas por semana para que a gente pudesse viver¹³. São críticas severas ao capitalismo. Esse tipo de mote atrai sempre a atenção dos leitores, especialmente os de ideologia esquerdista de combate ao sistema.

Críticas ao Facebook foram feitas pelos entrevistados:

¹¹Observação feita pelo entrevistado II, no anexo E

¹²Observação feita pelo entrevistada XV, no anexo E

¹³Observação feita pelo entrevistado XIV, no anexo E

Por ser uma rede social aberta, há muito de entretenimento. Já começa a ficar tão intoxicado com coisas desinteressantes que às vezes tenho auto controle (Sandra Felgueiras, entrevista XVII).

E mais críticas à rede social e enaltecimento de um jornalismo de opinião:

No Facebook, tenho lá muito que não me interessa. Já os *blogs* são mais bate-papos, relatos, indignações e críticas muito pessoais, com assinatura em baixo e não com o nome do jornal (Matheus Bernasconi Puertas, entrevista VI).

Opiniões particulares que recebem, ou não, o assentimento do público.

Algumas discussões pertinentes acabaram por surgir durante as entrevistas. Meios alternativos querem chegar a um tamanho maior em termos de audiência e de alcance? Quando conquistam deixam de ser alternativos porque vão precisar de apoios? A mídia tradicional que se pensa é pelo tamanho e pela força. Então, os sites contra-hegemônicos que têm um número de assinantes tão grande ou maior que outros veículos da corrente principal, já viraram mídia tradicional. Pragmatismo Político – site brasileiro - já é tradicional pelo número de conteúdo gerado e giro de postagens enorme. Apesar de falar apenas de um segmento. Mas há grandes jornais e revistas segmentados.

Eu tendo a pensar que alguns já deixaram de ser alternativos pelo tamanho que alcançaram. Até porque a plataforma já não é mais alternativa. O tamanho do consumo. Quando ficam muito grande necessitam de apoios para manter aquilo. O próprio “Outras Palavras” pede um *crowdfunding* para se manter (Matheus Bernasconi Puertas, entrevista VI).

E onde ficam a ideologia, a forma de livre escrita e a contra-hegemonia? No geral, os meios alternativos defendem uma ideologia contrária ao comprometimento mercadológico. Nesse âmbito, entram discussões a respeito da sustentabilidade dos veículos de contra-informação. É possível manter-se sem a dependência de patrocínios de grandes empresas e/ou Estado? Os desafios, hoje, são justamente os de fazer jornalismo apartidário e investir em novas tecnologias a fim de investir no alcance das notícias. Para tanto, é preciso assegurar capital. Boa parte da imprensa alternativa tem buscado soluções que possibilitem garantir o pleno funcionamento das atividades, sem se corromper ao financiamento público/privado e o conseqüente choque de desvirtualização dos conteúdos. “Outras Palavras” consegue se manter por meio da

colaboração do público. Já “O Corvo” enfrenta dificuldades na busca de patrocínio e, portanto, deve encerrar as atividades temporariamente até conseguir sustentabilidade.

Sob tal prisma, a comunicação é alternativa porque se estrutura para o trabalho político-ideológico, contrapõe conteúdos críticos e tem métodos colaborativos de gestão e formas não mercantis de financiamento. Não é de interesse, portanto, assumir um outro viés. Mesmo atingindo alcance, tamanho e garantia de manutenção, a maioria luta para preservar sua essência.

Outro assunto levantado foi sobre a liberdade de escrita com a Internet, que passa a ser uma questão de ética, e a democracia no ciberespaço. Cabe a cada um o bom senso de ser politicamente correto na utilização e disseminação da informação. Mas não é sempre assim. Apesar de a democracia prever como valor permanente a liberdade de expressão, é preciso limites para expor opiniões. A liberdade de expressão não é um direito absoluto. Em nome dela não é possível admitir a propagação de violências, ódio racial e pedofilia no espaço virtual. Entretanto, uma sociedade civil democrática deve restringi-la como exceção, e não como regra.

A Internet supre uma das necessidades fundamentais para o pleno exercício da cidadania em regimes democráticos, que é o acesso a fontes alternativas e amplas de informação confiável; no mundo contemporâneo a Internet representa um recurso importante à disposição da opinião pública, permitindo uma maior difusão de informações relevantes para a tomada de decisão consciente dos indivíduos e, por conseguinte, diminuindo a influência exclusiva do Estado sobre a determinação da agenda política, discute Pinto (2004).

Obviamente, esta prática depende de um esclarecimento ideal do cidadão sobre a importância do seu papel na sociedade; isso depende, a rigor, da assimilação de valores e da formação de uma cultura política adequadas à manutenção da democracia.

Ao retomarmos a problematização sobre a autonomia de uso na Internet, cabe dizer que a rede é um meio técnico cuja utilização depende fundamentalmente dos interesses de cada indivíduo. Nós atravessamos uma mudança social. Todos hoje criamos ruído na informação. Antes havia maior triagem, se calhar vivíamos numa

situação ditatorial. Hoje escrevemos o que quisermos. Há um conflito de interesses. Contudo, o mundo democrático não existe. Tudo é monitorado e controlável¹⁴.

Pinto (2004) cita a falta de privacidade, a fragilidade dos sistemas de comércio eletrônico e a ameaça à integridade do indivíduo devido à divulgação não-autorizada de dados pessoais na rede como fatores que prejudicam a formação de espaços de deliberação seguros. Outro ponto que necessita de atenção é a exclusão digital reconhecida, na contemporaneidade, como uma forma especial de analfabetismo se levarmos em conta a falta de conhecimentos informáticos. Embora boa parte da população tenha conexão à rede, e esse é um fenômeno de crescimento gradual e constante, “nem todos os membros das atuais sociedades democráticas possuem recursos materiais necessários para acessar a Internet e estão, deste modo, à margem dos seus benefícios” (Pinto, 2004).

A instantaneidade da informação é assertiva válida para exposição, tema tratado durante as entrevistas. O papel da Internet de fornecer pautas a tempo e a hora acabou por “enfraquecer” a audiência dos meios mais tradicionais de divulgação de notícias. Entretanto, a televisão parece ter sofrido mais com o advento da rede mundial. Tudo é uma questão de adaptar-se aos tempos modernos, quando a convergência de mídia e a inclusão no meio digital são fundamentais.

As rádios têm mais longevidade do que a televisão porque essa última tem que mudar, tem que ajustar. Nós temos os telejornais, todavia as pessoas não querem esperar pela notícia que vem em sexto, então optam por ver uma forma interativa. Os fatos acontecem e precisam ser disseminados rapidamente. Ao vivo, com inserção de imagens. Isso vai ter que mudar e aos poucos as televisões tentam fazer isso, mas hoje, se compararmos ao jornal, que é muito mais antigo, as televisões perderam muito. Até mesmo o jornalismo impresso tem atendido mais às necessidades dos cidadãos. Nós no jornal podemos ir à notícia. Não precisamos ler tudo do princípio ao fim e a televisão temos que esperar que chegue ao minuto 41 para vermos a notícia que queremos. E com a Internet isso já é possível. Os jornais agora estão no *online* por causa disso. Porque é a sobrevivência deles. Mas eu acho que o formato de papel deve continuar a existir (Armando Seixas, entrevista I).

¹⁴Observação feita pela entrevistado X, no anexo E

Análises de discurso. Outro ponto de situação a ser exposto é a forma de propagação da informação dentro do espaço midiático. É incontestável o poder mais significativo dos meios de corrente principal. Os alternativos não têm a mesma. Os primeiros são grandes famílias, grandes corporações, famílias que controlam os meios comunicacionais. Aí entra a questão da ideologia comercial e quem impera mesmo é a força do dinheiro. Então, por mais que a imprensa contra-hegemônica possua espaço com a abertura da rede virtual para propagação de conteúdos, não tem o poder. Poder financeiro e econômico que está associado ao poder político.

Por vezes, os interesses dessas grandes corporações sobressaem. São informações impostas ao grande público. Para fazer distinções é preciso de prévio conhecimento da lógica midiática.

A informação é “encucada” em um processo mesmo agressivo de informação em que, ainda que eu não me interesse por ela, eu estou absorvendo, mesmo de maneira automática e sistemática. A reprodução do discurso torna-se indissociável. Eu estou reproduzindo esse mesmo discurso, na verdade, acreditando fielmente que o discurso é meu, é parcial sem levar em conta a minha posição crítica, apenas para entrar em consenso com o que estão sendo pregado e aceito pela maioria na sociedade. Na verdade existe uma série de mecanismos que funcionam ao mesmo tempo, arrebataados com imagem, com notícias. Tal atitude serve para produzir um tipo de sentimento de pertencimento a um estado de coisas, a fim de ser aceito. Se você não fizer isso fica de fora. Esse mecanismo requer um esforço particular. Naturalmente essas informações não viriam com a mesma facilidade que chegam quando são divulgadas pela mídia hegemônica, legitimada como melhor. É preciso fazer parte de um circuito de pessoas que lêem conteúdos que fogem do massivo para receber o tipo de informação mais livre e mais crítica (Matheus Bernasconi Puertas, entrevista VI).

Por meio das entrevistas foi possível atestar as hipóteses levantadas na investigação. Para além do guião de perguntas, surgiram discussões relevantes que enriqueceram o trabalho final. Os interlocutores contribuíram de maneira a responder as indagações, mas também com a pontuação de experiências cotidianas e de opiniões sobre a mídia alternativa. O perfil distinto dos entrevistados foi importante com o propósito de exemplificar o consumo diferenciado de meios de comunicação como um todo.

O Capítulo V manifestou a apreciação dos resultados das entrevistas realizadas com leitores e não leitores de “O Corvo” e “Outras Palavras”. Ponderações foram feitas, a partir das observações dos interlocutores, à luz dos conceitos de mídia alternativa, redes sociais e ciberespaço já apresentados na parte inicial do trabalho.

Entraremos agora na parte final da dissertação com as considerações de encerramento, exposição das justificativas e contextualização de um novo formato de comunicação vigente.

CONCLUSÃO

Com base nos conceitos e pré-conceito utilizados na metodologia do trabalho, chegamos à conclusão de que as hipóteses foram confirmadas. O consumo de mídia pelo público geral prevê a inserção de meios que fogem do comprometimento mercadológico. A Internet – forma mais comum de obtenção de notícias, conforme ficou constatado nas entrevistas – foi capaz de abrir espaço para os meios alternativos divulgarem seus conteúdos, recebendo, assim, a interação da audiência e assiduidade de leitura. O alcance dos meios alternativos é muito em razão do investimento em perfis do Facebook. Portanto, textos mais analíticos avançam e possuem ressonância na rede.

A mídia alternativa atinge, de fato, os leitores na medida em que lança conteúdos aprofundados e longos, propícios à análise. Reflexões no sentido de pensar sobre o assunto, assimilar ideias e adquirir argumentos e informações. São meios consumidos diariamente. Com isso, a questão central da pesquisa fica atestada.

À luz do conceito de mídia alternativa e após análises, podemos dizer que “O Corvo” é efetivamente um meio caracterizado como tal por ser independente de empresas ou Estado – mantém-se com recursos próprios –, por possuir uma escrita livre com críticas à gestão municipal da cidade de Lisboa, e por ter uma ideologia contrária ao conceito plastificado do meio de corrente principal.

“Outras Palavras” é mídia alternativa por ser independente de empresas e Estado – mantém-se através de *crowdfunding*. Além disso, por seguir uma ideologia de esquerda e elaborar textos críticos sobre economia, política, meio ambiente, capitalismo, Internet, globalização e outros temas. Bem como por possuir escrita livre e com acréscimo de informações não divulgadas pela grande mídia.

Detectamos uma quantidade significativa de gostos, partilhas e comentários nas peças analisadas de ambos os veículos. O alcance, portanto, é fato. “O Corvo” aderiu a convergência de mídia, já que possui perfil no Facebook, Twitter e no canal Vimeo.

Assim como foi verificada a repercussão de conteúdos de “Outras Palavras”. Ainda mais que “O Corvo”, detectamos números bastante significativos de apreciações, compartilhamentos e comentários, o que comprova o seu alcance. “Outras Palavras” também aderiu a convergência de mídia, já que possui perfis no Facebook, Twitter e canais YouTube e Ello.

“O Corvo” está longe de ser mídia massiva. Ao contrário, não se adequa a hegemonia prevista pelos *mainstream media*. O que há em comum é a convergência de mídia que tanto os meios de corrente principal quanto os alternativos utilizam. Entretanto, o alcance da imprensa tradicional ainda consegue ser maior do que o d’ “o Corvo”. Essa questão tem razão de ser pelo fato de portugueses utilizarem mais os meios tradicionais como fonte informativa, devido à credibilidade. Chegamos a tal conclusão após a realização de entrevistas com portugueses, sobretudo na indagação que diz respeito ao consumo diário de mídia.

“Outras Palavras” está longe de ser mídia massiva por não se adequar aos mecanismos de engessamento da notícia e por fazer um jornalismo livre, sem omitir informações. O que há em comum é a convergência de mídia. O alcance de “Outras Palavras” já atingiu um nível equiparável ou até maior do que dos meios tradicionais. São cerca de 10 mil textos lidos por dia.

Além de alternativo, “O Corvo” classifica-se como mídia comunitária porque atende à população de Lisboa. Está voltada ao fornecimento de informações sobre a cidade e a escutar os leitores que são cidadãos residentes na cidade sobre suas reclamações no que concerne aos problemas e pedidos de atenção às necessidades.

De uma certa forma, “Outras Palavras” classifica-se como mídia comunitária a partir do momento em que dá voz à população. No entanto, por já ser considerada uma grande mídia – com alcance em todo o Brasil (territorialmente maior que Portugal), mais especificamente -, não entra, nesse ponto, na categoria de meio mais voltado a uma comunidade. O projeto abrange notícias que tratam das cidades, estados, país e mundo, como um todo. No entanto, mesmo por ter extensa dimensão não quer ser meio tradicional e nem foi criado para tal.

Assim, chegamos a questionamentos e considerações sobre sustentabilidade dos meios alternativos. Durante o trabalho avaliamos e pontuamos que “O Corvo” e “Outras Palavras” mantêm-se independentes de financiamentos públicos ou privados. “O Corvo” não conseguiu se estabilizar por ter funcionado até então apenas com recursos próprios do editor e colaboradores, tendo, portanto, que encerrar suas atividades no final de Abril de 2015. Já “Outras Palavras” já consegue tocar suas atividades por meio do projeto “Outros Quinhentos” que conta com a cooperação dos leitores (200

colaboradores brasileiros e alguns estrangeiros), tornando-se uma experiência bem-sucedida de manutenção do jornalismo livre.

“Outras Palavras” polemiza. Até porque seu projeto é definido como “comunicação compartilhada e pós-capitalismo”, uma abertura para as discussões em torno do sistema vigente no mundo hoje e levantamento de posições e proposta de cultura livre. Possui uma ideologia de esquerda.

Tanto “O Corvo” quanto “Outras Palavras” são grandes ações coletivas que têm contribuído para construir um novo formato de comunicação. Uma forma mais ampliada de informar. Pela valorização da diversidade, horizontalidade e consensos. Assim, os meios estudados entram nessa esfera de cooperar com a transformação do mundo em busca da igualdade de direitos através do compartilhamento de informações necessárias ao desenvolvimento do olhar crítico e da formação de opinião.

O trabalho é de relevância, conforme já mencionado na Introdução, por tratar de um assunto em voga com as transformações ocorridas nos últimos tempos a partir da emergência da Internet. Temática relativamente nova com pouco material a respeito, sobretudo no que toca à repercussão dos meios alternativos especificose com perfis diferentes no ciberespaço. A importância também está centrada na caracterização de veículos necessários à leitura, além da abordagem de consumo de mídia, como forma de localizar de que modo as pessoas estão se apropriando das notícias e os comportamentos dentro do espaço virtual. Dar a conhecer esse tipo de mecanismo aberto à disseminação de conteúdo livre, qual a ressonância com a utilização da Internet e mostrar como repercutem – no âmbito textual – entre o público geralfoi a proposta da pesquisa.

Outro ponto a ser considerado sobre o estudo é a pertinência do comparativo Brasil/Portugal. Os objetos são meios em atividade em países distintos em maneiras de consumir mídia e uso das redes sociais, além de culturalmente diferentes, seja no interesse por assuntos, seja por visões divergentes no que se refere à comunicação. A importância de exemplificar o funcionamento de meios classificados como alternativos – em todas as suas definições –, mas com perfis diferentes em contextos díspares.

A pesquisa mostrou, por meio da observação dos resultados das entrevistas e pela análise das peças (as publicações de “O Corvo” recebem menos comentários, apreciações e compartilhamentos) que brasileiros se interessam mais pelos meios

alternativos e buscam mais informações na Internet. Há de se levar em conta, nesse caso, a população dos dois países. A brasileira é 20 vezes maior que a portuguesa.

O brasileiro está descrente da mídia tradicional, já o português ainda tem o costume diário de ler os jornais de corrente principal e a imprensa internacional. Assim, torna-se de grande relevância um estudo comparativo de consumo de mídia alternativa por brasileiros e portugueses, confrontando meios que nasceram em realidades diferentes e que tratam de temáticas distintas. A recepção é semelhante de “O Corvo” e “Outras Palavras”, no sentido de que os seguidores são assíduos na leitura dos *posts* de cada um dos veículos. O cerne da questão do contraponto foi saber como a imprensa de contra-informação se comporta em termos de funcionamento dentro do espaço virtual e recepção nos países citados. Apontar disparidades e semelhanças.

Consideração pertinente a ser mencionada aqui é que, no momento em que finalizamos esta dissertação, a mídia no Brasil, no caso das principais redes de comunicação (Globo, Band, Record e SBT), perdeu a credibilidade em virtude de ligações históricas com governos e até interveniências graves em eleições. A Globo apoiou o golpe da Ditadura Militar (1964 a 1985). em 1989, interviu nas eleições presidenciais ao manipular o último debate entre os candidatos Fernando Collor de Melo e Luiz Inácio Lula da Silva, favorecendo o primeiro. E após descobertas de corrupção por Collor, eleito presidente, apoiou o movimento “caras pintadas” para retirada do mesmo do poder. Atualmente, a Globo apoia o pedido de *impeachment* feito pela oposição ao Partido dos Trabalhadores (PT), partido da atual presidente do Brasil, Dilma Rousseff.

Assim, a mídia que não assume posições na teoria, mas vai intervindo na política e no futuro do país. O problema é que a rede possui grande audiência e maior fatia do mercado de comunicação do país – 70% do mercado de publicidade na TV e 48% da audiência. Assim, outros meios não ganham concessão para atuar. A não ser pela Internet, que hoje é mecanismo eficaz na propagação de notícias e surgimento de meios alternativos. Entretanto, o Brasil nunca adotou a Lei dos Meios que prevê os percentuais de acesso ao mercado pelos veículos. A Constituição de 1988 determina que a comunicação não pode, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio. Esse artigo nunca foi regulamentado pelo Congresso brasileiro.

Em Portugal, a lei impõe a todos e a cada um dos operadores de rádio e televisão (generalistas ou temáticos informativos de cobertura nacional) que assegurem uma informação que respeite o pluralismo, atenta a forma imediata e generalizada como chegam aos espectadores e o compromisso assumido nos respetivos processos de licenciamento ou de autorização.

O jornalismo pensado no viés mercadológico ainda preocupa pela omissão de fatos que devem ser de acesso à população. A comunicação é um direito humano e não uma questão de mercado. O Estado precisa intervir para garantir esse direito. Isso impõe limites à concessão e favorecimento da pluralidade de vozes. Conhecer mídias alternativas e buscar contrapontos é fundamental, em meio a tanta informação divulgada. Opções que não sejam vinculadas a empresas, governos e Estado. E assim não ter como meio de busca de conteúdos apenas a imprensa tradicional que, normalmente, norteia a divulgação dos fatos por interesses comerciais.

Uma das conclusões alcançadas é de que as mídias alternativas têm que investir tanto nas plataformas e possibilidades disponibilizadas pela Internet, quanto na interação com os internautas, facilitando desde a produção e difusão de informações pelos indivíduos. Isso amplia a informação e dissemina ideias livres de comprometimento de mercado. No caso dos meios comunitários também é válida a disseminação. Toda comunicação deve ser compartilhada e deve estar disponível a quem interessar. Trata-se do acréscimo de mais espaço para o ecoar das vozes muitas vezes emudecidas pelos grupos midiáticos hegemônicos, contribuindo, ainda, para o declínio ou ruptura do “monopólio da informação”.

A comunicação compartilhada pode abrir caminho para semear novas relações comunicacionais e para abrir fóruns de debate sobre os assuntos relevantes para as comunidades mundiais. É preciso tornar possível um jornalismo visível a todos e sem perder de vista a clarificação de ideologias, já que não se pode chegar a uma imparcialidade. E evitar, acima de tudo, desigualdade, autoridade, conflitos e devastação.

Que mais veículos em uma linha de abertura de conteúdos possam surgir a fim de contribuir com o debate e enriquecimento da comunicação na nova era. Bem como fornecer base de contestação às comunidades de forma a cooperar na luta por um futuro melhor de manutenção dos direitos de cidadania.

No entanto, em meio a considerações sobre sustentabilidade, mecanismos de divulgação da notícia necessária aos veículos alternativos, e investimentos nesse âmbito, cabe uma reflexão: como a mídia alternativa vai se manter e evoluir em que pese a manutenção da ideologia de contra-hegemonia e de rompimento com a lógica de mercado. E o que será da comunicação que entrou na pós-modernidade com o apoio luxuoso da Internet?

A comunicação se configura como espaço aberto na pós-modernidade. Um lugar estratégico no social, no político, entre outros espaços. É a produção de conhecimento que se instaura com os avanços tecnológicos e com a instalação de novos rumos de informação. A comunicação contemporânea não é mais definida apenas por meio do esquema básico emissor-receptor, porém possibilitando diversos processos comunicativos que vão muito mais além.

Os meios alternativos funcionam nesse sentido. De promover produção de conhecimento e de acompanharem as evoluções tecnológicas e a inserção na Internet. Por outro lado, apesar de conseguir o alcance e a disseminação das informações na rede, a imprensa contra-hegemônica necessita de recursos para produção e investimento em novas tecnologias. Talvez o financiamento colaborativo possa ser a saída, tendo em vista os exemplos bem-sucedidos em voga.

Por fim, são indagações que ficam para serem discutidas e pensadas, em vista da pertinência e da relevância dos temas propostos. O assunto não se esgota com as perspectivas apresentadas. Ao contrário, abre-se à possibilidade de novos debates e ao levantamento de novas hipóteses. Linhas de pesquisa sobre conteúdos de mídia alternativa, ativismo, pluralismo de vozes, oligopólios da comunicação, meios dos movimentos sociais, sustentabilidade, contra-hegemonia e Internet, democracia e comunicação podem ser aprofundadas em trabalhos futuros.

BIBLIOGRAFIA

- Ambrosi, Alain; Peugeot, Valérie & Pimienta Daniel (2005). *Desafios de Palavras: Enfoques Multiculturais sobre as Sociedades da Informação*. Paris: C & F Éditions.
- Atton, Chris (2001). *Approaching Alternative Media: Theory and Methodology*. Scotland: Napier University.
- Bailey, Olga Guedes; Cammaerts, Bar & Carpentier, Nico (2008). *Understanding alternative media issues in cultural and media studies*. Berkshire: Open University Press.
- Barassi, Veronica & Fenton, Natalie (2011). *Alternative Media and Social Networking Sites: The Politics of Individuation and Political Participation, The Communication Review*. Retirado de: <http://dx.doi.org/10.1080/10714421.2011.597245>, em novembro de 2015.
- Baudrillard, Jean (2002). *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio d' Água.
- Bauman, Zygmunt (1998). *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Beck, Ulrich, Giddens, Anthony & Lash, Scott (1997). *Modernidade reflexiva: trabalho e estética na ordem social moderna*. São Paulo: Unesp.
- Castells, Manuel (2009). *Communication Power*. Oxford, UK: Oxford. University Press.
- Castells, Manuel (2001). *A Galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Castells, Manuel (1999). *A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura*. V. 1. São Paulo: Paz e Terra.
- Couldry, Nick & Curran, James (2003). *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World (Critical Media Studies)*. Oxford.
- Curran, James; Fenton, Natalie & Freedman, Des (2012). *Misunderstanding the Internet*. London and New York: Routledge.

- Donini, Marcela (2014). *A vaquinha não foi pro brejo: como o financiamento coletivo pode ajudar o jornalismo*. Ebook. Retirado de: https://crowdfunding_no_jorn.atavist.com/story/8825, em fevereiro de 2016.
- Downing, John D. H (2002). *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: Senac.
- Fuchs, Christian (2010). *Alternative Media as Critical Media*. Austria: University of Salzburg.
- Goffman, Erving (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Giddens, Anthony (1991). *As consequências da modernidade*. São Paulo: Unesp.
- Gramsci, Antonio (1991). *O Conceito de Hegemonia em Gramsci*. Rio de Janeiro: Graal.
- Harvey, David (2010). *Condição Pós-moderna*. São Paulo: edições Loyola, 1993.
- Jameson, Frederic (1996). *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática.
- Jenkins, Henry (2008). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.
- Jensen, Klaus Bruhn & Jankowski, Nicholas W (2002). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. New York: Taylor & Francis e-Library.
- Liotard, Jean François (2008). *A condição pós-moderna*. São Paulo: José Olympo.
- Lipovetsky, Gilles & Charles, Sébastien(2004). *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla.
- Peruzzo, Cicilia M.K (2004). *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. 3 ed. São Paulo: Vozes.
- Pinto, Maurício Frutuoso (2004). *Democracia e Participação na Era da Informação*. Revista Espaço Acadêmico. Retirado de: <http://www.espacoacademico.com.br/038/38cpinto.htm>, em março de 2016.
- Turkle, Sherry (1997). *A vida no ecrã – A identidade na Era da Internet*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.

ANEXO A

Tabela 1 - Modelo para análise de conteúdo

Pré-análise			Exploração do material				Tratamento dos Resultados e Interpretação		
Questão de Partida	Hipóteses	Objetivo Geral	Objetivos Específicos	Conceitos & Pré-conceitos	Dimensões da Análise	Indicadores	Fontes	Resultados	
								Caso A	Caso B
A mídia alternativa – “O Corvo” e “Outras Palavras” - provoca reflexão ao divulgar conteúdos em seus perfis do Facebook ?	<p>A) O consumo de mídia pelo público geral prevê a inserção de meios que fogem do comprometimento mercadológico. Textos mais analíticos avançam e possuem ressonância na Internet.</p> <p>B) A rede mundial foi capaz de abrir espaço para os meios alternativos divulgarem seus conteúdos, recebendo, assim, a interação da audiência e assiduidade de leitura.</p>	Comparar as páginas “O Corvo” e “Outras Palavras” no que diz respeito ao alcance e a ressonância de conteúdos.	1. Verificar a atuação dos meios noticiosos alternativos à luz dos conceitos e do pré-conceito abordado.	Mídia alternativa	Caracterização Conteúdo Linguagem Sustentabilidade Convergência de mídia Temáticas	Consumo de mídia	Secundárias (livros, artigos e documentos)	À luz do conceito de mídia alternativa, podemos dizer que A é efetivamente um meio caracterizado como tal por ser independente de empresas ou Estado – mantém-se com recursos próprios - , por possuir uma escrita livre com críticas a gestão municipal da cidade de Lisboa, e por ter uma ideologia contrária ao conceito plastificado da grande mídia.	À luz do conceito de mídia alternativa, B é caracterizado como tal por ser independente de empresas e Estado – mantém-se através de <i>crowdfunding</i> . Além disso, por seguir uma ideologia de esquerda e elaborar textos críticos sobre economia, política, meio ambiente, capitalismo, Internet, globalização. Por possuir escrita livre e com acréscimo de informações não divulgadas pela grande mídia.
						Repercussão	Observação das peças Entrevistas com guião		
				Novos meios na Internet	Conectividade Expansibilidade Extensibilidade	Alcance	Secundárias (livros, artigos e documentos) Observação das peças Entrevistas com guião	Há repercussão nos conteúdos de A. Detectamos uma quantidade significativa de gostos, partilhas e comentários nas peças analisadas. O alcance, portanto, é fato. A aderiu a convergência de mídia, já que possui perfil no Facebook, Twitter e no canal Vimeo.	Foi verificada a repercussão de conteúdos de B. Ainda mais que o caso A, detectamos números bastante significativos de gostos, partilhas e comentários, o que comprova o alcance. B aderiu a convergência de mídia, já que possui perfis no Facebook, Twitter e canais YouTube e Ello.

			<p>2.Determinar o papel da Redes Locais de Prosumidores no processo de desenvolviment o local sustentável.</p>	Mídia massiva	<p>Caracterização Conteúdo Linguagem Sustentabilidade Convergência de mídia Temática</p>	Consumo de mídia	<p>Secundárias (livros, artigos e documentos)</p>	<p>O caso A está longe de ser mídia massiva. Ao contrário, não se adequa a hegemonia prevista pelos <i>media mainstream</i>. O que há em comum é a convergência de mídia que tanto os meios de cirrente principal quanto os alternativos utilizam. O alcance da imprensa tradicional ainda consegue ser maior do que o do caso A.</p>	<p>O caso B está longe de ser mídia massiva por não se adequar aos mecanismos de engessamento da notícia e por fazer um jornalismo livre, sem omitir informações. O que hé em comum é a convergência de mídia. O alcance do caso B já atingiu um nível equiparável a dos meios tradicionais.</p>
					Repercussão				
					Alcance				
				Mídia comunitária	<p>Caracterização Conteúdo Linguagem Sustentabilidade Convergência de mídia Temática</p>	Consumo de mídia	<p>Secundárias (livros, artigos e documentos)</p>	<p>Além de alternativa, o caso A classifica-se como mídia comunitária porque atende à população de Lisboa. Está voltada ao fornecimento de informações sobre a cidade e a escutar os leitores que são cidadãos residentes em Lisboa sobre suas reclamações a respeito dos problemas e pedidos de atenção às necessidades.</p>	<p>De uma certa forma, o caso B classifica-se como mídia comunitária a partir do momento em que dá voz à população. No entanto, por já ser considerada uma grande mídia – com alcance de todo o Brasil, mais especificamente -, não entra, nesse ponto, na categoria de meio mais voltado a uma comunidade.</p>
					Repercussão				
					Alcance				

Caso A: O Corvo

Caso B: Outras Palavras

ANEXO B

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Tabela 2 – Guião dos entrevistados

	Síntese da Análise dos Resultados	+	-
Q1	Notícias com teor crítico e forte carga ideológica (sobre política, capitalismo, problemas urbanos, meio ambiente, educação, clima, globalização e outros) - como normalmente mostra a mídia alternativa – provocam algum pensamento reflexivo? Interessam?	*	
Q2	Há interesse por notícias divulgadas em redes sociais, sites e blogs da Internet? Quais costuma ler?	*	
Q3	Vê notícias porque estão ali na sua time line do Facebook ou Twitter, por exemplo, ou vai a páginas específicas para ler coisas?	*	
Q4	Costuma comentar / curtir / partilhar publicações do Facebook?	*	*
Q5	Dá preferência ao jornalismo de meios tradicionais ou alternativos? Por quê? Percebe diferenças entre os dois tipos?	*	
Q6	Você conhece as páginas Outras Palavras e O Corvo? (Aplicável aos não leitores)	*	*
Q7	Em caso afirmativo, o que mais atrai nessas páginas?	*	
Q8	Como se caracterizam na sua opinião? São informativas? Possuem credibilidade?	*	
Q9	Em caso negativo, há curiosidade em conhecer meios alternativos? Por quê?	*	
Q10	As peças publicadas no Facebook provocam algum pensamento reflexivo, mudança de opinião?	*	

ANEXO C

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Tabela 3 – Guião dos editores

	Síntese da Análise dos Resultados	+	-
Q1	Como e quando foi criado o meio?	*	
Q2	Qual a proposta? Ser um meio alternativo contra-hegemônico ? Sem censura e sem comprometimentos?	*	
Q3	Como a página se sustenta?	*	
Q4	Como você percebe a audiência e o retorno do público?	*	
Q5	Como funciona o dia a dia do veículo? Há repórteres, editor, redatores, fotógrafos e redação física ? Quantas pessoas trabalham ?	*	
Q6	Como são elaborados os textos? Como se dá a escolha dos temas? E sobre a linguagem? A forma de escrever é aberta?	*	
Q7	E sobre a convergência de mídia ? Qual o intuito de abrir uma página no Facebook? Aumentar o alcance?	*	

ANEXO D

GUIÃO PARA AS ENTREVISTAS

Tabela 4

Objetivos Específicos	Conceitos	Dimensões	Indicadores	Método	Perguntas
Verificar se há repercussão e consumo dos meios alternativos nos leitores e não leitores das páginas “O Corvo” e “Outras Palavras”.	Alcance	Linguagem Conteúdo Ideologia Formato Convergência de mídia Perfil	Quantidade de peças lidas Caracterização dos meios Pontos de atração	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas com Guião • Respostas gravadas com recursos digitais 	Q1. Notícias com teor crítico e forte carga ideológica – como normalmente mostra a mídia alternativa – provocam algum pensamento reflexivo? Interessam? Q2. Você conhece as páginas “O Corvo” e “Outras Palavras”? Q3. Como se caracterizam em sua opinião? Q4. O que mais te atrai nelas (no caso de ser leitor)? Q5. São informativas? Q6. Lembra de alguma notícia dessas mídias (ou de outras alternativas) que tenha te causado reflexão ou mudança de opinião?
	Credibilidade	Opinião Crítica	Comparação com páginas tradicionais Detecção de linguagem mais livre Detecção de conteúdo mais livre		Q7. Dá preferência ao Jornalismo de meios tradicionais ou alternativos? Por quê? Que diferenças existem entre eles? Q8. Prefere os meios tradicionais por causa da credibilidade? Q9. Os alternativos são credíveis?

<p>Determinar o papel do Facebook no consumo diário de mídia e descrever o consumo diário de mídia no geral.</p>	<p>Interatividade</p>	<p>Participabilidade</p>	<p>Prática de aplicar gostos Prática de partilhar Prática de comentar</p>	<p>Q10. Você tem interesse por notícias divulgadas em redes sociais – Facebook mais especificamente -, sites e blogs da Internet?</p> <p>Q11. Vê notícias porque estão ali na sua timeline ou vai a páginas específicas para ler coisas?</p> <p>Q12. Costuma curtir, comentar, gostar de peças do Facebook? Por quê?</p>
	<p>Recepção</p>	<p>Política Cultura Meio ambiente Economia Saúde Arte Social Urbanismo Cotidiano Internacional</p>	<p>Leituras Avaliação Seleção</p>	<p>Q13. O que você lê diariamente? Como é o seu consumo de mídia?</p> <p>Q14. Há interesse em conhecer meios alternativos? Você costuma procurar coisas na Internet?</p>

ANEXO E

ENTREVISTA I

Tabela 5

BLOCO I – ENTREVISTAS GUIADAS COM LEITORES DE “O CORVO”					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS					
- Verificar se há repercussão e consumo dos meios alternativos nos leitores d’ “O Corvo”. - Determinar o papel do Facebook no consumo diário de mídia e descrever o consumo diário de mídia geral.				Resultados	
				+	-
Indicadores				+	-
<p>Áudio 21'00” Perfil: Idade: 42 anos Gênero: masculino Profissão: Jornalista Nacionalidade: português</p>	<p>Q1. Eu acho que, não só como jornalista, mas como leitor, eu gosto disto. Gosto de uma interpretação. Quando é alguma análise, alguma interpretação e o tema me (...) eu quero ler mais.</p> <p>Q2. Sobre os conteúdos que aparecem na Internet, é verdade, eu como jornalista estou atento a opiniões, a notícias.</p> <p>Q3. Eu leio jornais na Internet e leio jornais em papel também, mas confesso que se algum título me chamar a atenção e for um bom site de notícias eu vou ler as notícias da página. Não vou dizer aqui que só leio jornal de papel porque não é, porque faço as duas coisas.</p> <p>Q4. Sim, sim, sim... Às vezes há uma matéria ou outra mais sensível que às vezes gosto de comentar, também partilho, mas geralmente tento não entrar para não ter polêmicas.</p> <p>Q5. Claro que sim... às vezes <i>Aljazeera English</i> gosto bastante... é um site que eu leio e, apesar de ser uma televisão árabe é um tipo de televisão que apresenta os fatos de uma forma equilibrada e nunca, eles tem esse cuidado, pró-árabe. Tem sempre o cuidado de ser, tentar um equilíbrio. Também tem bons jornais e bons jornalistas, mas gosto de ler os dois. Depois posso ler um site de um jornal americano pra ver, se não ficar satisfeito, mas acho que é um ótimo site para estes últimos momentos.</p> <p>Q6. Conheço O Corvo...</p> <p>Q7 e Q8. Atrai-me o fato de ser um jornalismo que já se vê pouco. Que é um jornalismo que vai ao pormenor, não é que se chamar regional, mas é uma notícia regional quando é dada pela primeira vez pode tornar-se um fato nacional. Ninguém sabe logo a dimensão e eles conseguem dar a notícia em primeira mão e isso é o que mais me atrai no jornalismo... e ver depois toda a gente a citar da notícia e eu acho que o Corvo já tem sido citados muitas vezes e eu acho que isso é o melhor reconhecimento do projeto... ir ao pormenor, contar boas histórias...No caso do Corvo, realmente, eles tem esse prazer de conseguir a fazer jornalismo a sério, que é dar a notícia em primeira</p>	<p>-Interesse por conteúdo de mídia alternativa</p> <p>- Interesse por conteúdos das redes sociais</p> <p>- Leitura no Facebook</p> <p>- Participação no Facebook</p> <p>-Preferência ao meio tradicional ou alternativo e diferenças entre as mídias</p> <p>- Conhece “O Corvo”</p> <p>- O que mais atrai na página</p> <p>- Informação e credibilidade</p>	<p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p>	<p></p> <p></p> <p></p> <p></p> <p></p> <p></p> <p></p> <p></p> <p></p>	

ANEXO E

ENTREVISTA II

Tabela 6

BLOCO I – ENTREVISTAS GUIADAS COM LEITORES DE “O CORVO”					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS					
- Verificar se há repercussão e consumo dos meios alternativos nos leitores d’ “O Corvo”. - Determinar o papel do Facebook no consumo diário de mídia e descrever o consumo diário de mídia geral.				Resultados	
				+	-
Indicadores				+	-
<p>Áudio 10'67" Perfil: Idade: 26 anos Gênero: masculino Profissão: Educador Nacionalidade: português</p>	<p>Q1, Q2 e Q3. Eu muitas vezes encontro artigos de opinião ou quando alguém publica no <i>blog</i> e depois publica no Facebook é fonte de informação. E eu às vezes, sim, vou pesquisar e vejo o que a pessoa publicou. Se tiver dentro da minha esfera de interesse. Se não estiver eu ignoro um bocadinho, seja notícia, opinião. Funciona a partir da esfera de influência que as pessoas têm. Depende do tema eu entrar para ler coisas. Há certos temas que eu tenho páginas preferenciais se alguém publicar algo dessas páginas eu vejo imediatamente. Por exemplo, em relação a astronomia existe <i>o Astronomy Now</i>. Se alguém publicar algo desse site eu vejo qual é a notícia. Se for algo que não me interessa eu descarto. E até bloqueio se não achar interessante. Mas eu acho interessante buscar coisas em fontes alternativas.</p> <p>Q4. Nunca meto gosto, nem partilho, nem comentário. Eu encaro um bocadinho o consumo da notícia como a pessoa que tem abrangência que tem. Não faço isso. Não uso Facebook para disseminar informação.</p> <p>Q5. Leio Expresso e, de vez em quando, o Público. Eu, pelo menos, tenho ideia do comprometimento dos meios. O Expresso é ligado à direita portuguesa. Tenho essa percepção. Sei que o Correio da Manhã e o Público são um bocadinho protecionistas do governo. O Diário de Notícias é conservador. O Expresso é do DN. Os jornais estão sempre alinhados com algum tipo de ideia. Não dão ideia de serem independentes. Além do que vão todos beber da mesma fonte. Estão comprometidos as fontes.</p> <p>Q6. Sim.</p> <p>Q7. Não respondeu.</p> <p>Q8. Não respondeu.</p> <p>Q9. Sim.</p> <p>Q10. Sim.</p> <p>Q11. Acompanhei o acidente de Mariana através de um site de notícias brasileiro e a partir daí acabei por acompanhar os fatos. Me acrescentou informação. Se a pessoa tiver tempo de buscar há muitos sites que não são tradicionais e que colocam as informações todas e tem segmentos de opinião. Às vezes vou à</p>	<p>- Interesse por conteúdo de mídia alternativa</p> <p>- Interesse por conteúdos das redes sociais - Leitura no Facebook</p> <p>- Participação no Facebook</p> <p>- Preferência ao meio tradicional ou alternativo e diferenças entre as mídias</p> <p>- Conhece “O Corvo”</p> <p>- O que mais atrai na página</p> <p>- Caracterização</p> <p>- Informação e credibilidade</p> <p>- Interesse em conhecer outras páginas</p> <p>- Repercussão ou mudança de opinião</p>	<p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p>	<p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p>	

<p>procura de coisas. É sempre possível encontrar informação de todo jeito. Análise crítica de um ponto de vista diferente do seu. Para confrontar o nosso ponto de vista dá-nos crescimento.</p>			
---	--	--	--

ANEXO E

ENTREVISTA III

Tabela 7

BLOCO I – ENTREVISTAS GUIADAS COM LEITORES DE “O CORVO”						
OBJETIVOS ESPECÍFICOS						
- Verificar se há repercussão e consumo dos meios alternativos nos leitores d’ “O Corvo”. - Determinar o papel do Facebook no consumo diário de mídia e descrever o consumo diário de mídia geral.				Resultados		
			Indicadores		+	-
<p>Áudio 06’00” Perfil: Idade: 38 anos Gênero: feminino Profissão: Escriturária Nacionalidade: portuguesa</p>	<p>Q1. Sim. As notícias publicadas por páginas alternativas provocam em mim pensamentos mais reflexivos, porque transmitem toda a informação que, por vezes, não é transmitida noutros canais informativos, por exemplo a televisão. O que faz com que me interesse ainda mais.</p>		-Interesse por conteúdo de mídia alternativa	*		
	<p>Q2. Sim, tenho. Costumo ler as páginas dos jornais estrangeiros, tais como Financial Times, The Guardian ou mesmo o VoxPop.</p>		- Interesse por conteúdos das redes sociais	*		
	<p>Q3. Sim.</p>		- Participação no Facebook	*		
	<p>Q4. Sim.</p>					
	<p>Q5. Dou preferência ao jornalismo alternativo porque como não tem tanta pressão externa, nem tão pouco patrocínios de grande multinacionais, apresentam, na maioria das vezes, as verdades da notícia.</p>		-Preferência ao meio tradicional ou alternativo e diferenças entre as mídias	*		
	<p>Q6. Sim.</p>		- Conhece “O Corvo”	*		
	<p>Q7. Esta página atrai-me porque noticia a verdadeira essência da notícia, denunciando casos que não aparecem nas notícias tradicionais de páginas oficiais do jornalismo mais conservador.</p>		- O que mais atrai na página	*		
	<p>Q8 e Q9. Sim. Esta página é informativa e tem credibilidade, porque no dia a dia vemos e presenciamos o que se passa.</p>		- Caracterização - Informação e credibilidade	* *		
	<p>Q10. Há interesse em conhecer mais meios alternativos, porque os meios alternativos não têm tantos patrocínios nem meios para serem censurados por grandes empresas nos seus interesses e por isso tendem a divulgar a verdade da notícia.</p>		- Interesse em conhecer outras páginas	*		
	<p>Q11. Sim já. Porque na prática vivencio e observo essas mesmas verdades escritas nos meios alternativos.</p>		- Repercussão ou mudança de opinião	*		

ANEXO E

ENTREVISTA V

Tabela 9

BLOCO II – ENTREVISTAS GUIADAS COM LEITORES DE “OUTRAS PALAVRAS”					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS					
- Verificar se há repercussão e consumo dos meios alternativos nos leitores d’ “Outras Palavras”. - Determinar o papel do Facebook no consumo diário de mídia e descrever o consumo diário de mídia geral.				Resultados	
	Indicadores		+	-	
<p>Áudio 28’77” Perfil: Idade: 42 anos Gênero: masculino Profissão: Músico Nacionalidade : brasileiro Ideologia: esquerdista</p>	<p>Q1. Respondendo diretamente, sim, me interessam. Eu costumo ler mais esse tipo de conteúdo.</p>	-Interesse por conteúdo de mídia alternativa	*		
	<p>Q2. Sim, normalmente e acompanho pessoas que põe as notícias.</p>	-Interesse por conteúdos das redes sociais	*		
	<p>Q3. Às vezes nem precisa seguir. Porque são tantas publicações das pessoas que basta ir lá e tá ali. É aquilo que criou o algoritmo e eu vou vendo. Sempre as mesmas pessoas, praticamente. Ir em página, só por exemplo, O Público, aí eu procuro os jornais mesmo. Curiosamente não procuro... tem um site que eu gosto. Por acaso não é um jornal oficializado, que é O Ninja, e o Ninja é do Espírito Santo, me identifico, por ser do Espírito Santo, eu gosto dessa página. Aliás, eu adoro! Essa, sim, eu vou à página, mas eu acho que é a única dos não oficializados. Eu ainda prefiro ler mesmo a notícia.</p>				
	<p>Q4. Comentar na notícia mesmo não gosto muito não. Porque parece que tem gente de opinião contrária que vai ler a notícia de esquerda só para deitar abaixo. Não gosto muito de confusões. Evito porque gera problema.</p>	- Participação no Facebook	*		
	<p>Q5. Obviamente tem diferença de vocabulário, de escrita. <i>Blogs</i> e a imprensa alternativa são normalmente mal escritas. Alguns. Ainda não temos grupos organizados com dinheiro para fazer mídia alternativa.</p>	-Preferência ao meio tradicional ou alternativo e diferenças entre as mídias	*		
	<p>Q6. Sim.</p>	- Conhece “Outras Palavras”	*		
	<p>Q7 e Q8. Do Outras Palavras vejo rebates de pessoas. Ativismo é falar coisas que eu não vou ler. É como o Portas dos Fundos está para o humor.</p>	- O que mais atrai na página	*		
	<p>Q9. “Outras Palavras” é credível. Alguns não são credíveis. Há coisas dos dois lados não credíveis.</p>	- Informação e credibilidade	*		
	<p>Q10. Não respondeu.</p>	- Interesse em conhecer outras páginas		*	
	<p>Q11. As matérias não causam nenhuma surpresa. Não tem furo jornalístico. Há reflexões sobre a sociedade. É novo ver análises interessantes.</p>	- Repercussão ou mudança de opinião	*		

ANEXO E

ENTREVISTA VI

Tabela 20

BLOCO II – ENTREVISTAS GUIADAS COM LEITORES DE “OUTRAS PALAVRAS”						
OBJETIVOS ESPECÍFICOS						
- Verificar se há repercussão e consumo dos meios alternativos nos leitores d’ “Outras Palavras”. - Determinar o papel do Facebook no consumo diário de mídia e descrever o consumo diário de mídia geral.				Resultados		
	Indicadores			+	-	
<p>Áudio 30'52"</p> <p>Perfil: Idade: 35 anos Gênero: masculino Profissão: Publicitário Nacionalidade: brasileiro Ideologia: esquerdista</p>	<p>Q1. Interessam total. Eu não sei se por alguma veia esquerdista, mas todos os assuntos que vão contra cultura ou meio contra o <i>status quo</i> que se é esperado do dia a dia. Tudo formatado. Toda vez que alguém cita algo que foge daquilo me chama a atenção e é uma forma de eu tentar pensar diferente ou achar que aquilo de fato é assim. Concordo ou não. Me leva a pensar que pode ser diferente e geralmente os assuntos se cruzam. Um puxa o outro.</p> <p>Q2. Eu praticamente hoje não leio nada impresso, tudo no meio digital, a não ser que sejam os jornais gratuitos que se pega por aí. Destak e Metro. Todo o conteúdo que eu vejo informativo é <i>online</i> ou de um veículo já famoso em sua versão <i>online</i>. Seja ele um jornal ou revista. Ou sites e <i>blogs</i> que geram conteúdo jornalístico de alguma forma.</p> <p>Q3 e Q4. O que me interessa eu vou lendo. Curto, gosto, assino blogues que tenham conteúdo que me agradam. Por vezes eu vejo alguém compartilhando uma coisa que eu não conhecia e aí eu vou lá e vejo. Se somente aquela matéria e/ ou notícia e outro conteúdo é fora do que eu gosto eu não curto. Então eu não abro o Facebook de manhã e digo: ah, vou ver o que o jornal de hoje está dizendo, não! É o que está na minha timeline ou já nas minhas preferências. O Facebook mais ou menos me guia no que eu vou ler e os amigos vão postar. E acabo que dou como preferências e boto à frente aquilo também é repassado e outras pessoas comentam e passam a frente aí eu também vou em cima daquilo. Curto tudo, polemizo.</p> <p>Q5. Não aboli os meios tradicionais. Vejo páginas dos meios tradicionais. Vejo páginas da Europa. Assino outros jornais de outros países e revistas de entretenimento. Vejo Folha, Estadão, O Globo. Mas sempre <i>online</i>.</p> <p>Q6, Q7 e Q8. Sim. Para mim, eu raramente vou. Vejo o que foi postado no dia. Se dentro do algoritmo ele passar eu vou lá. Chama atenção o olhar crítico para a coisa. Não e que diz mal ou bem. Sempre com desdobramento de opinião e não só aquela que está na primeira impressão. Tipo de veículo que vai falar do aquecimento global. E vai também pesquisar e botar conteúdo, seja gerado por eles ou por outros – eles colocam outros <i>links</i>. Então esse tipo de jornalismo é que é legal. E não aquele que pega uma ação não pesquisa e não critica e toma aquilo como uma</p>			<p>-Interesse por conteúdo de mídia alternativa</p> <p>-Interesse por conteúdos das redes sociais</p> <p>- Participação no Facebook</p> <p>-Preferência ao meio tradicional ou alternativo e diferenças entre as mídias</p> <p>- Conhece “Outras Palavras”</p> <p>- O que mais atrai na página</p>	<p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p>	

<p>pequena e até falsa verdade.</p> <p>Q9. Confio médio porque a gente ainda tem uma educação de que existe, como você é educado para acreditar no que seus pais acreditam. Sempre acho que pode ter um pouco de parcialidade naquilo ou insatisfação de todo o esquerdista crítico. Ou talvez numa mágoa de não conseguir falar para muita gente e aí passa a ser apelativo. Então eu poderia botar uma escala de 80%.</p> <p>Q10. Não respondeu.</p> <p>Q11. Não respondeu.</p>	<p>- Informação e credibilidade</p> <p>- Interesse em conhecer outras páginas</p> <p>- Repercussão ou mudança de opinião</p>	<p>*</p> <p>*</p> <p>*</p>	
--	--	--	--

<p>Palavras procurar coisas pra ler. Normalmente eu leio o que eles postam ali que me interessa.... Que aí eu vou pra página deles e aí ocasionalmente tem lá outra coisa que assunto que me interessa e eu leio. O que me interessa desde então é como eles tomam, complexificação do assunto, como, talvez eles têm... talvez não, provavelmente, com certeza por eles serem uma mídia alternativa eles podem se dar esse luxo de falar o que quiser e jogar vários assuntos e isso me atrai muito. Me atrai muito o modo como eles apresentam reportagens e tal de uma maneira muito narrativa, completamente factual, mas é como eles, a própria construção da peça jornalística, assim, é muito mais do tipo... conta-se então aonde é que se encontraram, como é que foi, qual foi o contexto, como é que se...E em algumas... dependendo de como é, como foi a negociação para que aquilo acontecesse... E é uma coisa que na mídia tradicional não tem.</p>	<p>- O que mais atrai na página</p>	<p>*</p>	
<p>Q9. Sim, são. Porque... eu não sei como é que eles criam conteúdo. Mas eu penso que eles não dão nenhuma notícia que seja uma grande exclusividade e que não seja notícia em qualquer outro meio. Eu acho que o grande lance deles é isso... a análise, é a forma como eles passam a mesma notícia.</p>	<p>- Informação e credibilidade</p>	<p>*</p>	
<p>Q10. Não respondeu.</p>	<p>- Interesse em conhecer outras páginas</p>		<p>*</p>
<p>Q11. Não lembro. Todos as que eu li me fizeram pensar sobre aquilo que li, eu não lembro muito de alguma coisa que eu li (...).</p>	<p>- Repercussão ou mudança de opinião</p>	<p>*</p>	

ANEXO E

ENTREVISTA VIII

Tabela 12

BLOCO II – ENTREVISTAS GUIADAS COM LEITORES DE “OUTRAS PALAVRAS”				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS				
- Verificar se há repercussão e consumo dos meios alternativos nos leitores d’ “Outras Palavras”. - Determinar o papel do Facebook no consumo diário de mídia e descrever o consumo diário de mídia geral.				Resultados
	Indicadores		+	-
<p>Áudio 15'20" Perfil: Idade: 51 anos Gênero: feminino Profissão: Restauradora Nacionalidade: brasileira</p>	<p>Q1. Sim, para mim os tipos de notícias interessam. Com as redes sociais eu tenho todo tipo de informação que chega a mim. É só eu curtir aquelas que me interessam, mas todas elas chegam a mim de uma forma muito rápida. Toda vez que eu abro vai chegando de jornais, de <i>blogs</i> que me interessam. De assuntos diversificados.</p> <p>Q2 e Q3. Nem todo dia tenho tempo para ler tudo. As notícias que me interessam eu abro.</p> <p>Q4. Eu partilho notícias ligadas a minha área ou algo muito escandaloso. Algo que foi destruído. Partilho. Mas não to o tempo inteiro.</p> <p>Q5. Eu gosto dos alternativos. Uma coisa que ainda fazia era comprar Expresso. Tinha o hábito. Mas deixei há um ano. Para mim a informação chega toda pelo Facebook. Sim, percebo as diferenças. Os tradicionais são mais comedidos.</p> <p>Q6. Sim. Conheço “O Corvo” também.</p> <p>Q7 e Q8. “Outras Palavras” não tenho muito ele na minha <i>timeline</i>. É um jornalismo mais crítico da política atual. A sociedade está muito mais voltada a direita. OP não consigo dizer muito.</p> <p>Q9. Tem credibilidade.</p> <p>Q10. Tenho interesse de investigar. Vejo que alguém curtiu e vou lá ver o que é. Sou muito curiosa. Às vezes tem um nome interessante. Causam algum sentimento crítico e algumas delas vou procurar mais. Vou mais alÉM. Procurar mais coisas.</p> <p>Q11. “O Corvo” fez uma matéria sobre o projeto da Segunda Circular. Polêmico. Me fez querer saber mais e pensar sobre o trânsito. Me fez ficar mais curiosa par saber como vai ser o projeto.</p>	<p>-Interesse por conteúdo de mídia alternativa</p> <p>-Interesse por conteúdos das redes sociais</p> <p>- Participação no Facebook</p> <p>-Preferência ao meio tradicional ou alternativo e diferenças entre as mídias</p> <p>- Conhece “Outras Palavras”</p> <p>- O que mais atrai na página</p> <p>- Informação e credibilidade</p> <p>- Interesse em conhecer outras páginas</p> <p>- Repercussão ou mudança de opinião</p>	<p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p>	<p>.</p>

ANEXO E

ENTREVISTA IX

Tabela 13

BLOCO III – ENTREVISTAS GUIADAS COM NÃO LEITORES					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS					
- Verificar se há repercussão e consumo dos meios alternativos em não leitores. - Determinar o papel do Facebook no consumo diário de mídia e descrever o consumo diário de mídia geral.				Resultados	
	Indicadores		+	-	
<p>Áudio 06'30"</p> <p>Perfil: Idade: 26 anos Gênero: masculino Profissão: Videógrafo Nacionalidade: português</p>	<p>Q1. Sim. Não, confesso, na área da política, mas na área de saúde, até mesmo na área do desporto, mas na área da política confesso que não costumo consumir muito.... de vez em quando, penso que ainda consumo, se calhar, mais sites tradicionais do que propriamente alternativos.</p> <p>Q2. Tenho por acaso um professor que é bastante assíduo em <i>posts</i> desse tipo de notícias alternativas e não sei quais sites estão, mas no Premiere venho muito a consultar artigos emuitos artigos que vêm no Facebook do meu professor, de notícias alternativas.</p> <p>Q3. Não, mas só através do Facebook.Não é por iniciativa que entro nos sites até porque não conheço muitos. Às vezes capto o nome de um ou outro, mas não meto logo no site e sim através do Facebook.</p> <p>Q4. Vai depender do grau quanto eu sei sobre esse assunto. Às vezes não tenho mesmo tempo pra refletir bem sobre a temática porque, pronto consumo da Internet é rápida e vou logo pra outro, sim, mas no máximo faço um “gosto” ou quando percebo até comento.... poucas vezes.</p> <p>Q5. Público, DN, sim, basicamente estes... O Independente... Expresso... de vez em quando. Sim, não é tão formal.Não é uma coisa que eu reparo não. Não ligo muita atenção a essas questões. O que me interessa é a notícia, é o conteúdo, mas às vezes nem percebo qual a verdadeira mensagem que o autor quer transmitir ou qual é o seu posicionamento.</p> <p>Q6. Não.</p> <p>Q7 e Q8 e Q9. Não se aplicam.</p> <p>Q10. Não sei é alternativo, mas costumo pesquisar, costumo consultar umas, mas são americanas as páginas Colletctive Evolution ... que abrange a área da saúde, alimentação, desporto e ciências, mais nesse nível. Depois... não sei se é considerado Hightners... não sei se é considerado mídia alternativa, acho que sim, mas a partida... passo por muitos sites, mas agora não tô com o nome deles. E como passa por aquele sistema do Facebook... leio o artigo e aí...</p> <p>Q11. Sim, acho que de fato....</p>	<p>-Interesse por conteúdo de mídia alternativa</p> <p>-Interesse por conteúdos das redes sociais</p> <p>- Participação no Facebook</p> <p>-Preferência ao meio tradicional ou alternativo e diferenças entre as mídias</p> <p>- Conhece “O Corvo” ou “Outras Palavras” /- O que mais atrai na página/- Informação e credibilidade</p> <p>- Interesse em conhecer outras páginas</p> <p>- Repercussão ou mudança de opinião</p>	<p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p>		

	<p>não tem tanta regra. Que não tem tanto problema em dizer isto ou aquilo, portanto é mais democrática.</p> <p>Q6. Não.</p> <p>Q7 e Q8 e Q9. Não se aplicam.</p> <p>Q10. Não respondeu.</p> <p>Q11. É assim, eu reflito sobre. Eu utilizo isso para o meu trabalho. O que eu vejo é que. Eu gosto de pelo menos colocar em causa aquilo que eu tenho como verdade absoluta. E sim, isso é bom. Sou uma pessoa que poucas verdades absolutas tenho. Sou aberto para receber. Tenho minha opinião, mas as minhas opiniões são formadas por mudanças constantes sobre o assunto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conhece “O Corvo” ou “Outras Palavras” /- O que mais atrai na página/- Informação e credibilidade - Interesse em conhecer outras páginas - Repercussão ou mudança de opinião 	<p>*</p>	<p>*</p>
--	--	--	----------	----------

ANEXO E

ENTREVISTA XI

Tabela 15

BLOCO III – ENTREVISTAS GUIADAS COM NÃO LEITORES					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS					
- Verificar se há repercussão e consumo dos meios alternativos em não leitores. - Determinar o papel do Facebook no consumo diário de mídia e descrever o consumo diário de mídia geral.				Resultados	
	Indicadores		+	-	
<p>Áudio 11'24"</p> <p>Perfil: Idade: 29 anos</p> <p>Gênero: masculino</p> <p>Profissão: Publicitário</p> <p>Nacionalidade: brasileiro</p>	<p>Q1. Sim, eu gosto, na verdade de ler esse tipo de notícia. Acho que toda notícia acaba sendo sempre um pouco crítica, senão vira publicidade. Mas eu gosto de ler, sim. Tipo a maioria das coisas que vejo de críticas eu vejo nos independentes mesmo.</p> <p>Q2. Depende, na verdade. Porque tipo... veículos independentes tem aquele problema de não ter a credibilidade, tem muita notícia que é de site pequeno que assim... que você já desconfia pelo site, então, muitas vezes eu vejo o site, vejo as outras notícias, aí, se parece muito maluco eu já não considero não. Mas tem uns independentes que tem muita credibilidade, eles fazem uma coisa mais séria.</p> <p>Q3. Tá na minha timeline, não costumo abrir muito não. É que assim... as pessoas que eu sigo postam muito sobre esse tipo de coisa, entendeu? Eu uso muito o Twitter, então as pessoas compartilham mais no Twitter que no Facebook.</p> <p>Q4. Partilhar, sim. Curtir, comentar não. Eu parei de discutir coisa na Internet há muito tempo já. Tipo... se eu compartilho e alguém comenta aí eu comento com a pessoa, mas eu ir lá na notícia e comentar sobre aquela notícia eu não tem nem porquê. Porque não vai fazer diferença nenhuma não.</p> <p>Q5. Preferência não. Mas por exemplo, os grandes veículos, como eu já sei a linha editorial que eles seguem, o fato de grandes empresas patrocinarem, essas coisas já olho, leio duas vezes, sabe? É... eu já penso duas vezes... .Sim. Muito pelo título já, né? Se o título fala uma coisa... Tipo... ele pode ver a notícia por dois caminhos diferentes, então... geralmente eu leio quem critica mais.... seja ele de direita ou de esquerda.</p> <p>Q6. Não.</p> <p>Q7 e Q8 e Q9. Não se aplicam.</p> <p>Q10. Na verdade não. Na verdade se surgir assim... aí eu começo a ler, mas ir atrás eu nunca fui. Tipo... eu não pesquiso qual é o novo meio alternativo. Muito brota na minha tela e eu vejo.</p> <p>Q11. De alguns, sim. Acho que não todos. Alguns muito de passagem.</p>	<p>-Interesse por conteúdo de mídia alternativa</p> <p>-Interesse por conteúdos das redes sociais</p> <p>- Participação no Facebook</p> <p>-Preferência ao meio tradicional ou alternativo e diferenças entre as mídias</p> <p>- Conhece “O Corvo” ou “Outras Palavras” /- O que mais atrai na página/- Informação e credibilidade</p> <p>- Interesse em conhecer outras páginas</p> <p>- Repercussão ou mudança de opinião</p>	<p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p>	<p></p> <p></p> <p></p> <p></p> <p></p> <p></p>	

	<p>mais cá... O Público, Diário de Notícias, O Correio da Manhã, que sim, dá pra entender que é mais informativo, que não há uns um cutucar, não sei como chama, da pessoa, da situação. Mas, tenho eu ainda alguma... vou vendo a diferença ainda muito pelo... às vezes eu vejo só o cabeçalho... ai: ah... de onde que isto é? Ah... é do site num sei o que. Ah, ok. Às vezes nem sei se é totalmente credível, fico até com algumas dúvidas também.</p> <p>Q6. Não.</p> <p>Q7 e Q8 e Q9. Não se aplicam.</p> <p>Q10. Não respondeu.</p> <p>Q11. Olha, há alguns textos que eu tenho lido... eu acredito que tenha sido mais do lado alternativo, não do tradicional, tem muito a ver com questões de preconceito... ultimamente eu não sei... algum preconceito racial e aí assim... não é que mudou a minha opinião porque, não é que eu acho que tenha mudado o que penso, passar a ser preconceituosa. Me faz ver que ainda, por exemplo, neste caso faz ver que ainda é um assunto que ainda está distante de muita gente... compreender que é natural, sabe? Seja o que for, seja racial, preto e branco, amarelo e azul, seja lá o que for, seja brasileira, portuguesa, seja... sabe, o preconceito mesmo físico, dificuldade de mobilidade, um deficiente mental mesmo, né? E o que é que há na sociedade para a integração... assuntos que fazem pensar. É tal coisa... não muda a minha opinião porque acho que não tenho opinião errada em relação a esses assuntos, mas fazem pensar que ainda há muita gente que é difícil de entender a posição certa nesse tipo de assunto.</p>	<p>-Conhece “O Corvo” ou “Outras Palavras” /- O que mais atrai na página/- Informação e credibilidade</p> <p>- Interesse em conhecer outras páginas</p> <p>- Repercussão ou mudança de opinião</p>	<p>*</p> <p>*</p>	
--	---	--	-------------------	--

	<p>isso é até bom, embora às vezes seja um bocado um bombardeamento, mas eu consigo selecionar, porque eu não uso o Facebook pra fofuquisses, nada disso, é só mesmo pra obter informação.</p> <p>Q5. Meu pai sempre comprou o DN e O Público, então pra mim são as referências... Também há o Expresso, mas não conheço tão bem o Expresso. Se tiver que comprar um jornal vou comprar O Público. Gosto do fim de semana.</p> <p>Q6. Não.</p> <p>Q7 e Q8 e Q9. Não se aplicam.</p> <p>Q10. Não. Não muito. Só se for um assunto que me interessa. Por exemplo, dos refugiados. Eu não sou assídua, né? Ou seja, ultimamente como tem... E às vezes porque realmente alguém partilha no Facebook e faz-me pensar e chama a atenção, mas de fato eu ir detalhadamente a procura ... não vou. Agora, se calhar, não sei dizer, não consumo.</p> <p>Q11. Sim, sim... acho que sim. Às vezes vou um bocado pela pessoa que escreveu. Sim, mas há umas que me interessa e que vou gostar e pronto. Às vezes acho interessante... sei lá... um escritor que tem uma opinião mais política ou mais análise do mundo também acho interessante.</p>	<p>-Preferência ao meio tradicional ou alternativo e diferenças entre as mídias</p> <p>-Conhece “O Corvo” ou “Outras Palavras” /- O que mais atrai na página/- Informação e credibilidade</p> <p>- Interesse em conhecer outras páginas</p> <p>- Repercussão ou mudança de opinião</p>	<p>*</p> <p>*</p> <p>*</p>	
--	---	--	----------------------------	--

ANEXO E

ENTREVISTA XV

Tabela 19

BLOCO III – ENTREVISTAS GUIADAS COM NÃO LEITORES						
OBJETIVOS ESPECÍFICOS						
- Verificar se há repercussão e consumo dos meios alternativos em não leitores. - Determinar o papel do Facebook no consumo diário de mídia e descrever o consumo diário de mídia geral.				Resultados		
	Indicadores			+	-	
<p>Audio 06'26"</p> <p>Perfil: Idade: 22 anos Gênero: feminino Profissão: Analista Internacional Nacionalidade: brasileira</p>	<p>Q1. Esse tipo de mídia me interessa muito. Na verdade, eu procuro justamente para construir argumentos que às vezes pode ter passado batido. Esse é o meu propósito quando eu sigo esse tipo de mídia. Tipo, não sei, talvez em páginas mais focadas, em alguns temas, tipo feminismo ou questões sociais.</p> <p>Q2 e Q3. Eu acho que é mais pelo Facebook mesmo porque eu sigo as páginas, mas... quando eu entro nos sites é mais em jornais tradicionais mesmo que eu me inscrevi, aí chega por e-mail, mas a maioria é pelo Facebook mesmo.</p> <p>Q4. Eu costumo acompanhar discussões, mas quando é algo muito gritante eu coloco meu comentário, mas é raro. Eu sempre curto, compartilho as que eu acho mais interessantes.</p> <p>Q5. É... eu não importo muito com o meio. Na verdade, os jornais tradicionais eu busco mais pra ter uma noção do que tá acontecendo e as análises vou pra meios alternativos.</p> <p>Q6. Não.</p> <p>Q7 e Q8 e Q9. Não se aplicam.</p> <p>Q10. Sim, às vezes essas próprias páginas indicam outros <i>blogs</i> ou análises e aí vou lendo e gostando eu acabo curtindo e seguindo.</p> <p>Q11. Ai, bastante, me provoca bastante reflexão e... Mas acho que nos mais gerais também. Sim, é comum. Uma das que me marcaram mais... tipo... agora... essa semana saiu um relato de uma menina que foi estuprada. Tem umas análises assim... sobre isso... E algumas coisas sobre a Mariana também. Acho que especificamente mais essas.</p>			<p>-Interesse por conteúdo de mídia alternativa</p> <p>-Interesse por conteúdos das redes sociais</p> <p>- Participação no Facebook</p> <p>-Preferência ao meio tradicional ou alternativo e diferenças entre as mídias</p> <p>-Conhece “O Corvo” ou “Outras Palavras” /- O que mais atrai na página/- Informação e credibilidade</p> <p>- Interesse em conhecer outras páginas</p> <p>- Repercussão ou mudança de opinião</p>	<p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p>	

ANEXO E

ENTREVISTA XVI

Tabela 20

BLOCO III – ENTREVISTAS GUIADAS COM NÃO LEITORES						
OBJETIVOS ESPECÍFICOS						
- Verificar se há repercussão e consumo dos meios alternativos em não leitores. - Determinar o papel do Facebook no consumo diário de mídia e descrever o consumo diário de mídia geral.				Resultados		
	Indicadores			+	-	
<p>Áudio 07'54"</p> <p>Perfil: Idade: 29 anos Gênero: feminino Profissão: Psicóloga Nacionalidade: brasileira</p>	<p>Q1. Sim, costumo ler sim... muito. Inclusive... eu não acho que seja que por não ser comprometido que seja melhor ou pior do que os outros. Até porque os outros são comprometidos às vezes com o lado da coisa só. E também não acho que os jornais são imparciais... aliás... aqui eu até leio o Público e tal... e gosto, mas os jornais do Brasil eu acho muito tendenciosos e eu acho que, esses sites, apesar de serem críticos, pelo menos eles são mais explícitos do lado do posicionamento deles.</p> <p>Q2 e Q3. Tem algumas páginas que às vezes eu vou, principalmente as do Brasil. Mas às vezes, vendo o Facebook quando é uma notícia que eu acho interessante eu entro. É muito comum.</p> <p>Q4. Eu não sou muito de ficar compartilhando coisas no Facebook não, mas quando tem alguma coisa que eu acho realmente interessante. Eu não sou muito de ficar batendo boca no Facebook não. Quando eu vejo alguma coisa muito interessante ou muito absurda eu, principalmente quando são notícias que não são desses grandes jornais... são coisas que você tá vendo que é de outro lado que não conhecido...</p> <p>Q5. Olha, os do Brasil eu leio pouco, mas eu leio. Agora aqui... não sei se é porque eu não conheço tanto... por exemplo, O Público eu não acho eles tão explicitamente.... Eles colocam coisas mais interessantes. Não sei. Acho que às vezes os tradicionais tentam ser mais, dar uma linguagem parecendo que são imparciais apesar de não serem.</p> <p>Q6. Não.</p> <p>Q7 e Q8 e Q9. Não se aplicam.</p> <p>Q10. Sim, gosto de fuçar.</p> <p>Q11. Sim, acho que sim. Acho que muito.</p>			<p>-Interesse por conteúdo de mídia alternativa</p> <p>-Interesse por conteúdos das redes sociais</p> <p>- Participação no Facebook</p> <p>-Preferência ao meio tradicional ou alternativo e diferenças entre as mídias</p> <p>-Conhece “O Corvo” ou “Outras Palavras” /- O que mais atrai na página/- Informação e credibilidade</p> <p>- Interesse em conhecer outras páginas</p> <p>- Repercussão ou mudança de opinião</p>	<p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p>	

ANEXO E

ENTREVISTA XVII

Tabela 21

BLOCO IV – ENTREVISTAS GUIADAS COM NÃO LEITORES (EXTRAS)					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS					
- Verificar se há repercussão e consumo dos meios alternativos em não leitores. - Determinar o papel do Facebook no consumo diário de mídia e descrever o consumo diário de mídia geral.				Resultados	
	Indicadores		+	-	
<p>Áudio 13'06"</p> <p>Perfil: Idade: 38 anos Gênero: feminino Profissão: Jornalista Nacionalidade: portuguesa</p>	<p>Q1, Q2 e Q3. Eu não tenho assim uma seleção privilegiada de meios de comunicação. Eu como faço investigação. Eu leio tudo aquilo que me parece importante. Leio a imprensa diária toda. Leio na Internet. Hoje em dia, cada vez mais, os agregadores de informação, os observadores. Esses novos conceitos de jornalismo <i>online</i> acabam por agregar páginas que não são apenas o jornalismo convencional mas um jornalismo analítico seja por <i>blogs</i>, textos acadêmicos. Eu diria que hoje em dia a Internet nos obriga, se quisermos seguir os <i>hiperlinks</i>, a viajar muito. Níveis de conhecimento bastante aprofundados e diferentes. Portanto eu sou uma leitora desse gênero. Deixo-me seguir por aquilo que parece mais importante e interessante. E portanto às vezes os <i>hiperlinks</i> vão me levar a textos mais analíticos, outras vezes não. Diria que não tenho uma viagem muito certa a nível de leitura. Tenho aquelas que me parecem as mais adequadas àquilo que faço. Sou uma oportunista do jornalismo. Mas acho que os tempos em que vivemos cada vez mais nos dão a nós a capacidade de poder escolher o caminho do conhecimento. E não estarmos limitados aquilo que outros escrevem e acabam por ser as palavras escritas no jornal que condicionam a opinião pública. Acho que não, acho que temos tanto por onde escolher que cada um faz seu caminho.</p> <p>Q4. Faço gostos de vez em quando, mas não é uma rotina.</p> <p>Q5. Quem anda no jornalismo tem que ter a consciência do comprometimento dos meios. Expresso não deixa de ser um semanário muito credível neste momento é financiado pelo Millenium BCP não escreve sobre o assunto. É preciso ter conhecimento para fazer essas leituras. Já não se pode ler jornais sem ter essas referências. É preciso saber quem é de esquerda, quem é de direita. A história da isenção de jornalistas é uma quimera. Toda gente tem um direcionamento daquilo que pensa. E por muito que queira dizer que no momento que é ele. Não é. O fato obviamente ficará contaminado. Mas eu leio jornais nessa perspectiva. De saber que está nos jornais tá ali. Não dá para ler notícias sem saber quem escreveu.</p> <p>Q6. Não.</p> <p>Q7 e Q8 e Q9. Não se aplicam.</p> <p>Q10. Tem dias em que fuço. O Facebook já começa a</p>	<p>-Interesse por conteúdo de mídia alternativa</p> <p>-Interesse por conteúdos das redes sociais</p> <p>- Participação no Facebook</p> <p>-Preferência ao meio tradicional ou alternativo e diferenças entre as mídias</p> <p>-Conhece “O Corvo” ou “Outras Palavras” /- O que mais atrai na página/- Informação e credibilidade</p> <p>- Interesse em conhecer outras páginas</p>	<p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p>	<p></p> <p></p> <p></p> <p></p> <p></p> <p></p>	

	<p>ficar tão intoxicado com coisas desinteressantes que às vezes tenho auto controle. Estou direcionar muito mais aquilo que leio em função das paginas que recebo, as <i>newsletters</i>. No Facebook tenho lá muito que não me interessa. Nos meus amigos temos grupos e comunicamos, grupos fechados. Uma vez por dia costuma dar uma vista de olhos naqueles que são os posts principais. E são muito poucos.</p> <p>Q11. Li artigo de opinião. Texto que basicamente tinha em causa o fato de apreciarmos a inclusão e a não inclusão na união europeia e o fantasma que criamos em torno dos refugiados. E que me pareceu um texto muito interessante. Não encontraria aquele texto em uma imprensa tradicional. Não tenho essa ideia de que o jornalismo feito por pessoas que não estão no ativo na imprensa escrita, que não escrevam da mesma maneira. Hoje em dia o que há é um pluralismo quase ilimitado de recursos e de pessoas a escrever muito bem. Até pessoas que não são jornalistas que acabam por aprofundar temas e criar <i>blogs</i> interessantes. Tenho dificuldade em dizer se aquele texto que me fez pensar. Não só por estar em uma pagina alternativa. Há muitos outros textos de meios tradicionais que também o fazem. Há pessoas com esse potencial.</p> <p>.</p> <p>.</p>	<p>- Repercussão ou mudança de opinião</p>	<p>*</p>	
--	--	--	----------	--

ANEXO E

ENTREVISTA XVIII

Tabela 22

BLOCO IV – ENTREVISTAS GUIADAS COM NÃO LEITORES (EXTRAS)					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS					
- Verificar se há repercussão e consumo dos meios alternativos em não leitores. - Determinar o papel do Facebook no consumo diário de mídia e descrever o consumo diário de mídia geral.				Resultados	
	Indicadores		+	-	
<p>Áudio 10'51"</p> <p>Perfil: Idade: 38 anos Gênero: masculino Profissão: Artista Plástico Nacionalidade: português</p>	<p>Q1, Q2 e Q3 Interessam, sim. Ando sempre de um lado para o outro e a facilidade de usar o telefone. Não tenho páginas específicas. Leio pontualmente. Leio aquilo que está acessível. O que me interessa são informações gerais. Vejo coisas na minha <i>timeline</i> que me suscitam curiosidade. Fora isso pontualmente não estou constantemente à procura de informação. Se calhar ou ando demasiado ocupado ou perdi um bocado de interesse pela informação de uma forma geral. Nos dias de hoje estamos a ser bombardeados com tanta informação portanto. Por outro acho que tem a ver com algum descrédito com a informação. Se alguma notícia colocada no Facebook me suscitar curiosidade vou ver. Fora isso não.</p> <p>Q4. Não costumo. Leio e tiro as minhas conclusões e fico por aí.</p> <p>Q5. Muitas vezes até as notícias quando são feitas por profissionais são comprometidas. O descrédito vai muito daí. A maior parte das vezes a relação que tenho com as notícias a primeira questão que ponho é até que ponto é verdade.</p> <p>Q6. Não.</p> <p>Q7 e Q8 e Q9. Não se aplicam.</p> <p>Q10. Não ando propriamente à procura de coisas, a não ser mais na minha área. Procuo em situações específicas informações da minha área. Nem tenho hábito regular de procurar. É ocasional. Às vezes tenho conhecimento através do Facebook e depois vou ver. Mas só pontualmente é que vou à procura de um sítio especial.</p> <p>Q11. Acabam por causar reflexão. O texto dos refugiados tinha a ver com uma reflexão acerca da política dos refugiados, controle ou não controle. Deve haver muito mais envolvimento do que simplesmente a questão humanitária. Entrada e saída. A questão humanitária. Controlar demasiado e não deixar entrar.</p>	<p>-Interesse por conteúdo de mídia alternativa</p> <p>-Interesse por conteúdos das redes sociais</p> <p>- Participação no Facebook</p> <p>-Preferência ao meio tradicional ou alternativo e diferenças entre as mídias</p> <p>-Conhece “O Corvo” ou “Outras Palavras” /- O que mais atrai na página/- Informação e credibilidade</p> <p>- Interesse em conhecer outras páginas</p> <p>- Repercussão ou mudança de opinião</p>	<p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p>	<p>*</p> <p>*</p> <p>*</p> <p>*</p>	

ANEXO F

ENTREVISTA I

Tabela 23

BLOCO V – ENTREVISTAS GUIADAS COM EDITORES					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS					
- Verificar se “O Corvo” é mídia alternativa. - Descrever alcance geral e caracterizar o meio.				Resultados	
	Indicadores		+	-	
	<p>Q1.Em 2012 desafiei pessoas para avançamos em um projecto que pudesse vir a ser rentável e com uma proposta de levar informações todos os dias. O Corvo nasce, em 2013, da constatação de que cada vez se produz menos noticiário local.</p>	-Como e quando surgiu	*		
	<p>Q2.Vimos de experiências diferentes, mas aproximamo-nos no desejo de fazer um jornalismo independente e vivo, que tenha as pessoas e as comunidades no seu centro. Dentro deste quadro, seremos um grupo aberto, desejoso de todas as contribuições e procurando sinergias.O Corvo pratica jornalismo independente e desvinculado de interesses particulares, sejam eles políticos, religiosos, comerciais ou de qualquer outro gênero.</p>	-Objetivo e caracterização	*		
	<p>Q3.Com recursos próprios, mas em busca de financiamento. Tenho batido a várias portas, mas sem sucesso. Possivelmente, não estarei a fazer bem este trabalho, a falar com as pessoas certas.Muito sustentado na minha teimosia.</p>	- Sustentabilidade	*		
	<p>Q4. O alcance está maior. Tenho-me apercebido disso através do número de partilhas e comentários no Fabebook e na página. Existe uma base de leitores regulares, que se tem alargado. Sinto que somos respeitados pelo que fazemos, quer pelas partilhas no FB e algumas no Twitter, quer pelos comentários avulsos que vou ouvindo informalmente.</p>	-Audiência e retorno do público	*		
	<p>Q5.A equipa-base tem cinco pessoas a produzir conteúdo. Mas, se me tirares da equação, essas participações têm graus de envolvimento muito volátil. O media possui uma rotatividade grande de jornalistas, maioria de reformados. Ferramenta que tem crescido e se solidificado ao longo dos anos.</p>	-Funcionamento redação	*		
	<p>Q6.Tentamos usar como princípio orientador uma escrita rigorosa e legível, fazendo por desmontar lugares-comuns, vícios de linguagem e o pensamento prêt-a-porter. Uma ponte entre uma visão pessoal e um apelo universal.</p>	- Textos e linguagem	*		
	<p>Q7.Sobre a convergência de mídia, o site aposta em página no Facebook, no Twitter e canal no Vimeo.</p>	- Convergência de mídia	*		