



## Jornalismo Independente na Paraíba: Relato de uma experiência de pesquisa

Joana Belarmino de Sousa<sup>1</sup>  
Anderson Luan Santana Siqueira<sup>2</sup>

Universidade Federal da Paraíba

**Resumo:** O presente estudo relata uma experiência de pesquisa realizada na disciplina Pesquisa Aplicada em Jornalismo, semestre 2018.1, a qual mapeou a realidade do jornalismo independente na Paraíba, desenvolvido em blogs e portais. A Investigação envolveu um trabalho coletivo, reunindo alunos, monitores, tendo como orientadora a professora doutora Joana Belarmino. O trabalho apoiou-se em pesquisa anterior, realizada em diversas universidades brasileiras e visou atualizar a base de dados coletada pela Agência Pública, sobre o jornalismo independente no Brasil. Concluiu-se que, o jornalismo independente na Paraíba ainda é um fenômeno embrionário, carecendo assim de pesquisa mais aprofundada que possa investigar o trabalho de jornalistas, desenvolvedores, modos de financiamento e a relevante questão da auto identidade das plataformas pesquisadas.

**Palavras-chave:** blogs; jornalismo independente; Paraíba; pesquisa aplicada; portais.

### 1. Introdução

O presente estudo é resultado do levantamento sobre o jornalismo independente na Paraíba, realizado na disciplina de Pesquisa Aplicada ao Jornalismo sob a orientação da professora doutora Joana Belarmino, período 2018.1, no curso de jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. Ressaltamos que o levantamento é inicial, com a utilização de uma amostra reduzida do corpus estudado. O trabalho adota a concepção de

---

<sup>1</sup> Orientadora. Professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: joanabelarmino00@gmail.com

<sup>2</sup> Estudante do 7º período do curso de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: andersonluanss@gmail.com

pesquisa aplicada definida por Elias Machado(2003): “a pesquisa aplicada pressupõe a pesquisa pura. Nas sociedades contemporâneas o pleno desenvolvimento social depende que, ao menos uma parte do conhecimento científico puro, seja traduzido em inovações. Neste contexto, o circuito do conhecimento passa pela pesquisa pura, pela pesquisa aplicada e pela inovação. (MACHADO, 2011)

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

Para aplicar as concepções do autor aos conteúdos da disciplina, os alunos realizaram pesquisa prática, cujos resultados foram divulgados em um relatório final que sai do lugar comum e de fato busca promover o diálogo entre o conhecimento científico e os setores produtivos da sociedade. Um segundo eixo de aporte desse estudo é a pesquisa do Professor Edgar Patrício, da Universidade Federal do Ceará, em colaboração com outras universidades brasileiras sobre o jornalismo independente no Brasil.

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

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

Os objetivos da pesquisa são, além de mapear o jornalismo independente paraibano; quantificar os jornalistas ditos independentes em atividade na Paraíba; verificar, com base na metodologia e conceituação de jornalismo independente defendida por

Patrício, se a autoidentidade e a prática destes jornais podem ser caracterizadas de fato como jornalismo independente; quais são os tipos de coberturas feitas por estes jornalistas e como as plataformas se mantêm (se recebem patrocínio e de que fontes).

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

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

Embora catalogadas como jornalismo independente, pelo mapa elaborado pela Agência Pública, as iniciativas, aqui analisadas, muitas vezes não conseguem explicitar, em seu próprio discurso, qual vinculação teriam com essa pretensa ‘independência’. De certa maneira, a conjugação das características elencadas pela Agência Pública, para que as iniciativas figurassem em seu mapa, poderiam fortalecer essa classificação. Mas o mesmo não se verifica. (PATRICIO, 2017, p.21)

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

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

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

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

Com base nisso, os alunos coletaram dados sobre alguns portais em atividade no estado e então formularam uma análise crítica e conclusiva sobre a hipótese levantada em sala de aula: “o jornalismo independente paraibano é ainda um fenômeno embrionário?” O critério de escolha observado levou em conta portais que não estão vinculados à empresas ou grupos de comunicação convencionais.

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

Neste artigo, submetido ao JPjor, algumas partes do estudo foram resumidas, ajustadas e/ou suprimidas para contemplarmos as orientações da nossa apresentação no evento.

## **2. Fundamentação teórica**

Jornalismo independente, pesquisa aplicada, empreendedorismo, inovação e Paraíba foram as chaves para se realizar a pesquisa prática. É importante compreender como essas concepções dialogam entre si e intentam construir uma base para a compreensão da situação do jornalismo contemporâneo paraibano.

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

marca da concentração desse mercado das notícias organizado nos chamados oligopólios da comunicação.

E se é dentro dos moldes digitais que hoje o jornalismo se delimita, atentemos para o fato de que a contínua transformação do capitalismo também incide sobre ele. Para Deuze (2014) vivemos na “sociedade empreendedora”, ainda que se baseasse em valores meritocráticos, o empreendedorismo aplicado ao jornalismo seria uma solução para a precarização e para a crise de credibilidade que o afeta. Com a chegada da web oferecendo novos caminhos bem mais simples, os jornalistas podem construir suas carreiras fora das empresas tradicionais.

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

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

## **2.1 Jornalismo, pesquisa aplicada e inovação**

Já em 2003, Machado reconheceu que a pesquisa experimental aplicada vem sendo negligenciada pelas escolas brasileiras de jornalismo, além de ser deslegitimada pela crítica de natureza ideológica. Tendo em vista as facilidades de obtenção de resultados nas pesquisas feitas digitalmente, cabe aos jornalistas pesquisadores restabelecer prioridades das pesquisas brasileiras, para que entrem em sintonia com as demandas sociais.

Ausentes de pesquisa, os profissionais de comunicação social tendem a tornar-se dependentes de modelos tecnológicos importados, que desperdiçam recursos financeiros e reduzem a competitividade entre empresas, na concorrência por espaços dentro do mercado mundial de notícias. O autor aponta que a condição da pesquisa existente os-

cila entre críticas ideológicas e descrição de práticas isoladas, instaurando um ciclo que pouco acrescenta à inovação dos sistemas sociais.

Há necessidade de um modelo compatível com as demandas de uma sociedade que constantemente se encontra em processos de transformação, tendo o conhecimento científico como objeto estrutural. Segundo Machado (2003), o modelo deve primar pela criação de um complexo de inovação, vinculado aos sistemas locais de produção de notícia.

No tocante a criação de aplicativos e aproveitamento do ciberespaço como circulação de notícias, a consequência da quase inexistente pesquisa aplicada para a área é a falta de sincronia entre o digital e o jornalismo. O digital, em constante evolução, dispõe de uma infinidade de opções e adaptações para exibir e divulgar todo tipo de conteúdo, todavia, o jornalismo carece de profissionais que aprofundem-se nas descobertas de como melhor aproveitar tais opções.

Os estudos em jornalismo têm estado à mercê de um conjunto de problemas, dilemas e impasses, muitas vezes, por apegar-se ao empirismo e à teorização exacerbada. Percebe-se, ao longo dos anos, forte presença da pesquisa ensaística e fraca existência da pesquisa aplicada. Para Machado e Rohden (2016) é evidente que permanece uma dependência dos pesquisadores brasileiros em jornalismo das disciplinas auxiliares tais quais sociologia, filosofia, entre outras ciências sociais.

## **2.2 Jornalismo independente**

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

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

Venício Lima (2013), jornalismo independente é o “Jornalismo realizado sem vinculação econômica ou editorial a grandes grupos empresariais, na perspectiva de contraposição a mídia convencional, livre de qualquer sujeição, autônomo”. A independência também deve ser analisada em relação às práticas editoriais, em virtude das limitações que estas podem gerar.

Para Patrício e Batista (2017) é a partir dos processos de reconfiguração econômica, cultural e tecnológica que transforma-se o discurso e sobretudo a identidade, que convive o cenário do jornalismo independente. Essas iniciativas estão ligadas à inovação e financiamento, a partir da autossustentabilidade. Assim, Patrício e Silva (2018, p.2) discorrem que “a noção de independência está relacionada a projetos em plataformas digitais, que sejam uma iniciativa coletiva e sem vinculação com os tradicionais ‘proprietários’ dos veículos de comunicação”.

Patrício e Silva (2018, p.2), concluem que "as iniciativas vinculam independência à inovação no jornalismo", entretanto, apesar desse fenômeno já ser explorado sobretudo no ciberespaço, esses projetos não conseguem sequer avançar em seus detalhamentos. “Tanto é que as autonarrativas também apenas reforçam discursos de determinados princípios do jornalismo, apenas deixados de lado, seja pela mídia convencional, seja pelas experiências independentes.” (PATRÍCIO e BATISTA, 2017, p.22).

### **2.3 Jornalismo empreendedor**

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

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

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

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

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

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

### **3 Procedimentos metodológicos**

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

É quantitativa pois foi pesquisada uma amostra significativa dos dados, através do método de quantificação das informações para se chegar ao objetivo final. Como



define Fonseca (2002), “as amostras de uma pesquisa quantitativa geralmente são consideradas representativas da população, com os resultados constituindo um retrato real de toda a população alvo da pesquisa.”

As etapas principais que envolveram o procedimento metodológico do trabalho foram a Pesquisa Bibliográfica, a Pesquisa Documental e o Tratamento e Análise dos Dados.

### **3.1 Pesquisa Bibliográfica**

Na pesquisa bibliográfica trabalhamos com três grandes concepções. A primeira delas foi embasada pelos fundamentos teóricos de Pesquisa Aplicada para que pudessemos colocar em prática no trabalho.

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

### **3.2 Pesquisa Documental**

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

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

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

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

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

(Tabela 1) – Lista de portais, cidades e alunos

<b>PORTAL</b>	<b>CIDADE DO PORTAL</b>	<b>ALUNO</b>
<b>Primeiras Notícias</b> Disponível em: < <a href="https://primeirasnoticias.com.br/">https://primeirasnoticias.com.br/</a> >. Acesso em: 06 set. 2018	Bayeux-PB	Allan Nunes
<b>Portal Independente</b> Disponível em: < <a href="http://portalindependente.com/">http://portalindependente.com/</a> >. Acesso em: 06 set. 2018	Guarabira-PB	Allan Oliveira
<b>ClickPB</b> Disponível em: < <a href="https://www.clickpb.com.br/">https://www.clickpb.com.br/</a> >. Acesso em: 06 set. 2018	João Pessoa-PB	Amanda Rebeca
<b>Jornalismo de Viagem</b> Disponível em: < <a href="https://jornalismodeviagem.com/">https://jornalismodeviagem.com/</a> >. Acesso em: 06 set. 2018	João Pessoa-PB	Bruno Marinho
<b>Repórter PB</b> Disponível em: < <a href="https://www.reporterpb.com.br/">https://www.reporterpb.com.br/</a> >. Acesso em: 06 set. 2018	Sousa-PB	Cynthia Silva
<b>Conexão Boas Notícias</b> Disponível em: < <a href="http://www.conexaoboasnoticias.com.br/">http://www.conexaoboasnoticias.com.br/</a> >. Acesso em: 06 set. 2018	João Pessoa-PB	Gabrielle Alencar
<b>PBVale</b> Disponível em: < <a href="http://pbvale.com.br/">http://pbvale.com.br/</a> >. Acesso em:	Rio Tinto-PB	Gustavo Alves

06 set. 2018		
<p><b>Polêmica Paraíba</b></p> <p>Disponível em: <a href="https://www.polemicaparaiba.com.br/">https://www.polemicaparaiba.com.br/</a> &gt;. Acesso em: 06 set. 2018</p>	João Pessoa-PB	Isy Veras
<p><b>Diário do Sertão</b></p> <p>Disponível em: <a href="https://www.diariodosertao.com.br/">https://www.diariodosertao.com.br/</a> &gt;. Acesso em: 06 set. 2018</p>	Cajazeiras-PB	Jaqueline Lima
<p><b>Jornalistas que viajam</b></p> <p>Disponível em: <a href="http://www.jornalistasqueviajam.com.br/">http://www.jornalistasqueviajam.com.br/</a>&gt;. Acesso em: 06 set. 2018</p>	João Pessoa-PB	Jayane Souza
<p><b>Língua de Aço</b></p> <p>Disponível em: <a href="http://linguadeaco.com.br/">http://linguadeaco.com.br/</a>&gt;. Acesso em: 06 set. 2018</p>	Mamanguape-PB	Laura Cristiane
<p><b>Mais PB</b></p> <p>Disponível em: <a href="https://www.maispb.com.br/">https://www.maispb.com.br/</a>&gt;. Acesso em: 06 set. 2018</p>	João Pessoa-PB	Lucas Adri-el
<p><b>Os Guedes</b></p> <p>Disponível em: <a href="https://osguedes.com.br/">https://osguedes.com.br/</a> &gt;. Acesso em: 06 set. 2018</p>	João Pessoa-PB	Lucas Car-valho
<p><b>Nordeste1</b></p> <p>Disponível em: <a href="https://www.nordeste1.com/">https://www.nordeste1.com/</a>&gt;. Acesso em: 06 set. 2018</p>	João Pessoa-PB	Marcela Mayara
<p><b>Paraíba Informa</b></p> <p>Disponível em: <a href="https://www.paraibainforma.com.br/">https://www.paraibainforma.com.br/</a></p>	Taperoá-PB	Maria Clara Rezende

>. Acesso em: 06 set. 2018		
<b>Pipocas Club</b> Disponível em: < <a href="http://pipocasclub.com.br/">http://pipocasclub.com.br/</a> >. Acesso em: 06 set. 2018	João Pessoa-PB	Mariana Lira
<b>Paraíba Já</b> Disponível em: < <a href="https://paraibaja.com.br/">https://paraibaja.com.br/</a> >. Acesso em: 06 set. 2018	João Pessoa-PB	Mateus Araújo
<b>Resumo PB</b> Disponível em: < <a href="https://www.resumopb.com/">https://www.resumopb.com/</a> >. Acesso em: 06 set. 2018	João Pessoa-PB	Priscilla Monteiro
<b>Portal CZN</b> Disponível em: < <a href="http://portalczn.com.br/">http://portalczn.com.br/</a> >. Acesso em: 06 set. 2018	Cajazeiras-PB	Raquel Pimentel
<b>Teeteto</b> Disponível em: < <a href="https://teeteto.com.br/">https://teeteto.com.br/</a> >. Acesso em: 06 set. 2018	João Pessoa-PB	Walter Lacerda

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

(Figura 1) - Ficha de coleta de dados

## PRIMEIRA PESQUISA DE LEVANTAMENTO SOBRE JORNALISMO INDEPENDENTE NA PARAÍBA

Ficha de coleta de dados

### I - Identificação:

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

### II - Patrocínios

### III - Identidade da Plataforma

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

### IV - Palavras Chave com as Quais a Plataforma se Autoidentifica

### V - Tipo de Cobertura

### VI - Redes Sociais da Plataforma

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

## 3.3 Tratamento e Análise dos Dados

### 3.3.1 Elaboração Manual dos Gráficos

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

### 3.3.2 Conversão de dados em gráficos eletrônicos

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

### 3.4 Tabela do cronograma da Pesquisa

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

(Tabela 2) – Cronograma de atividades

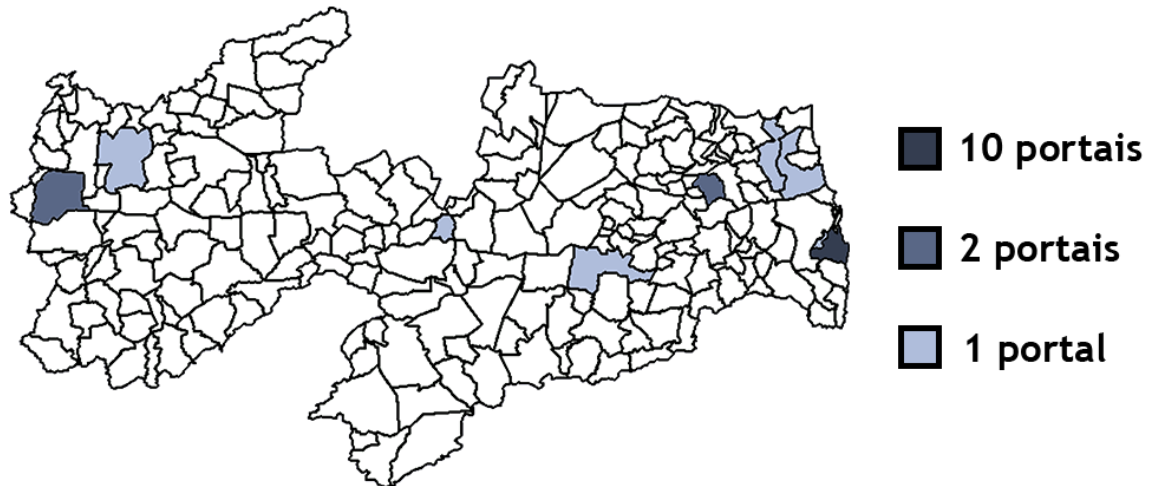
<b>MÊS</b>	<b>ATIVIDADE</b>
Julho	Pesquisa bibliográfica e fundamentação teórica
Agosto	Pesquisa bibliográfica, fundamentação teórica e introdução à Pesquisa documental
Setembro	Realização da pesquisa assistida pela Internet
Outubro	Análise dos dados e elaboração do relatório final
Novembro	Divulgação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

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

### 3.5 Distribuição geográfica dos sites

(Figura 2) - Distribuição geográfica dos portais pesquisados na Paraíba

## Localização dos sites

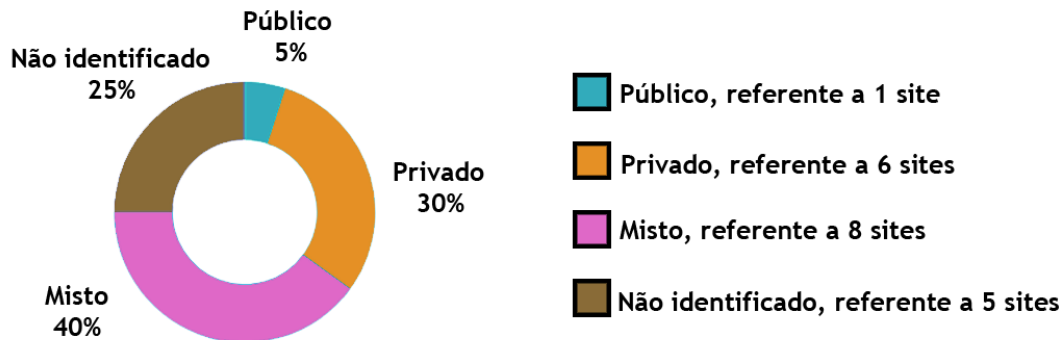


Um mapa temático do estado da Paraíba foi escolhido como forma de visualização dos dados relacionados à distribuição geográfica dos portais por possibilitar que, de acordo com a variação na escala de cores, sejam observados os pontos onde há maior concentração dessas iniciativas. O levantamento aponta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

### 3.6 Patrocínios recebidos

(Figura 3) - Gráfico dos tipos de patrocínios dos portais pesquisados

## Patrocínio dos sites



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

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

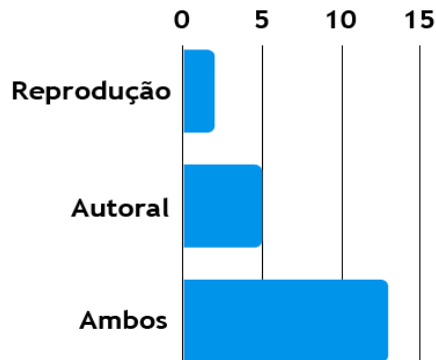
### 3.7 Natureza dos conteúdos publicados



(Figura  
Gráfico  
natureza  
conteúdo  
sites

## Conteúdo dos sites

4) -  
da  
do  
dos



No que se refere à natureza do conteúdo publicado, os sites foram categorizados em: reprodução, para os casos em que o portal apenas replica notícias e reportagens de outras iniciativas; autoral, para os casos em que as notícias e reportagens são produzidas e escritas pela equipe do portal; ambos, para os casos em que as duas situações foram observadas.

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

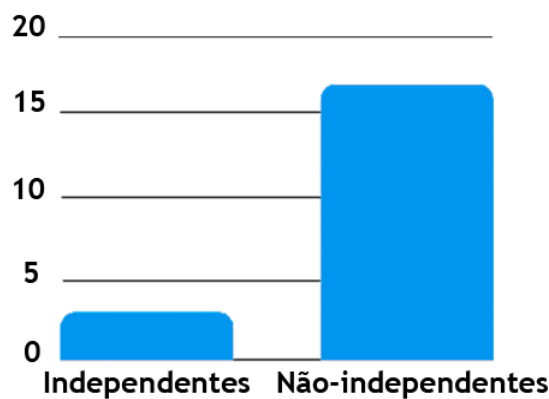
Em contrapartida, também é possível inferir que por mais que existam portais alternativos à mídia tradicional, o material veiculado por esses, majoritariamente,

não acrescenta variedade ou outras perspectivas ao que já é feito pela imprensa no estado, por se tratar de mera reprodução.

### 3.8 Classificação dos sites quanto à dependência

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

## Dependência dos sites



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

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

Sendo assim, dos cinco portais analisados dois têm patrocínio privado, somente três poderiam ser classificados como iniciativas independentes. De acordo com

os dados coletados, esses três portais restantes veiculam estritamente conteúdo autoral e têm fontes de financiamento que não foram identificadas pelos estudantes, ou seja, não estavam visíveis por meio de anúncios ou publicidades em textos.

Não obstante, é importante ressaltar que também não foram observados indícios de financiamento coletivo, uma das formas de capitalizar o jornalismo independente, também já apontada no referencial teórico deste artigo. Desse modo, apenas uma pesquisa mais aprofundada poderia responder quanto a forma como os portais se declaram e se a captação de recursos ocorre por meio de mera publicidade ou de projetos.

#### **4 Considerações finais**

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

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

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

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

Observando as informações obtidas e traçando um paralelo com a abordagem dos autores denominados previamente, percebe-se o estado inicial em que encontra-se o jornalismo independente paraibano. Apesar da Internet ser vista como emancipadora da informação e vir mudando as formas como se produz jornalismo, é possível perceber, de acordo com os dados coletados, que, na Paraíba, os portais (mesmo os ditos ‘independentes’) não estão encaixados nas perspectivas que os autores citados dão a esse fenômeno.

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

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

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

## Referências

AGÊNCIA PÚBLICA. **O mapa do jornalismo independente**. Disponível em: <<https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>>. Acesso em: 10 jul. 2018

BATISTA, Raphaele; PATRÍCIO, Edgard. **Elementos de identidade jornalística em autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais.** 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Anais. ECA/USP– São Paulo – Novembro de 2017.

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

DEUZE, Mark. (2014) **O jornalismo, a vida na mídia e a sociedade empreendedora.** Revista Parágrafo, Vol. 2, No. 2, p.4-22. Ago./Dez. FAAM. V. 2, n.2.

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

GOLDENBERG, Mirian. **A Arte de Pesquisar:** como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004. 112 p.

LIMA, V. **Mídia, rebeldia urbana e crise de representação.** In: Cidades Rebeldes. São Paulo: Boitempo, 2013, p. 89-94.

MACHADO, Elias. **O Ciberespaço Como Fonte para os Jornalistas.** Florianópolis: Editora Calandra, 2003. 192 p.

MACHADO, Elias; ROHDEN, Júlia. **Metodologias de Pesquisa Aplicadas ao Jornalismo:** Um estudo dos trabalhos apresentados na SBPJor (2003-2007). Brazilian Journalism Research, Vol. 12, No. 1, p. 228-245. 2016

MACHADO, Elias. **As funções na descrição da pesquisa aplicada.** Disponível em: <<http://metpesqjol.blogspot.com/2011/04/as-funcoes-da-descricao-na-pesquisa.html>>. Acesso em: 30 out. 2018

PATRÍCIO, Edgard; Silva, Naiana R. **Territorialidade e ethos em iniciativas de jornalismo independente do Nordeste.** 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Anais. FIAM/FAAM– São Paulo – Novembro de 2018.

PORTAL SEBRAE. **O que é ser empreendedor. Disponível em:** <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor.ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 30 jun. 2019

REIS, Mariana. **Comunicar, resistir:** um olhar sobre as práticas discursivas em rede do jornalismo independente no Brasil. Vozes&Diálogo. Itajaí, v. 16, n. 01, jan./jun. 2017.

SALAVERRIA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado:** convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Sol90media, 2008. 188 p.