



Uma proposta de estudo sobre a Amazônia a partir das narrativas produzidas no site da Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo¹

Pedro LOUREIRO DE BRAGANÇA²
Núcleo de Altos Estudos Amazônicos da UFPA
e Faculdade Estácio FAP, Belém, PA

RESUMO

Proposta de estudo das narrativas sobre a Amazônia nas matérias publicadas no site da Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo sobre a Amazônia, divididas em 3 grandes reportagens especiais: Violência na Amazônia, Futuro da Amazônia e Amazônia Pública, com o objetivo de analisar como estas pautas foram escolhidas e financiadas, bem como de que maneira se deu a produção, publicação e disseminação destas narrativas considerando, em função das possibilidades viabilizadas pela cibercultura, enquanto espaço não-hegemônico de leitura e interpretação do contemporâneo e se apropriando do jornalismo digital de terceira geração.

PALAVRAS-CHAVE: cibercultura; jornalismo digital; mídia não-hegemônica; Agência Pública; Amazônia.

INTRODUÇÃO

A cibercultura modificou a forma como lidamos com nosso potencial de comunicação. Se outrora éramos meros consumidores do que era difundido pela mídia e tínhamos que conviver com os discursos estabelecidos por quem detinha a hegemonia dos meios de produção e disseminação da informação, com a internet e as novas tecnologias o cidadão sai da condição de relativa passividade enquanto consumidor e pode também agir de forma mais ativa como produtor de conteúdo.

Esta potencialidade permite que o jornalista ganhe autonomia em seus discursos para abordar temas que nem sempre as empresas jornalísticas se sentem à vontade para tratar, com a possibilidade de produzir narrativas que não sejam dependentes dos capitais, econômico e político, que norteiam as decisões dos *gatekeepers*³ da mídia tradicional.

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 01 a 03 de maio de 2014.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA) da UFPA e professor do curso de Comunicação Social da Faculdade Estácio FAP, email: pedrohloureiro@gmail.com.

³ A metáfora do gatekeeping aplicada à produção de informação jornalística consiste na hipótese de que as notícias resultam da filtragem de acontecimentos com base nas opções particulares de cada jornalista ou empresa jornalística que as selecionas (SOUSA, 2003).



A Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo⁴ é um expoente deste novo cenário, fomentando o empoderamento dos jornalistas ao promover a seleção das pautas de maneira colaborativa e independente, com novas formas de financiamento dos profissionais e utilizando das características do jornalismo digital de terceira geração e das potencialidades da internet para publicar e disseminar conteúdos.

Em 2012 o site publicou 33 matérias sobre a Amazônia, divididas em 3 grandes reportagens especiais: Violência na Amazônia, que aborda em especial a relação de animosidade entre fazendeiros e trabalhadores rurais; Futuro da Amazônia, que trata da educação na região; e Amazônia Pública, uma investigação sobre como os grandes empreendimentos estão mudando a cara da região amazônica e a vida de seus habitantes nas regiões de Carajás, Madeira e Tapajós. Esta última reportagem deu origem, inclusive, a uma publicação que foi distribuída em forma de livro digital e impresso e distribuído gratuitamente.

Estudar como estas pautas foram escolhidas e financiadas, bem como a maneira que se deu a produção, publicação e disseminação destas narrativas pode contribuir no sentido de compreender uma maneira alternativa de conhecer a Amazônia e ampliar o compartilhamento deste conhecimento em escala global, fugindo dos padrões estabelecidos pela mídia hegemônica e explorando as características do ciberespaço e do jornalismo digital.

Este artigo é uma adaptação do pré-projeto de pesquisa aprovado no Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos da Universidade Federal do Pará (NAEA/UFPA) e visa o aperfeiçoamento crítico deste trabalho que ainda está em fase embrionária de estudos.

OBJETIVO GERAL

Considerando a Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo, em função das possibilidades viabilizadas pela cibercultura, enquanto espaço não-hegemônico de leitura e interpretação do contemporâneo e seu site caracterizado como de jornalismo digital de terceira geração, este trabalho se propõe a compreender de que maneira as pautas são definidas e financiadas e como é feita a coleta, produção, publicação e disseminação das narrativas sobre a Amazônia.

⁴ Disponível em: <http://www.apublica.org/>. Acesso em 16 out. 2013.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Explicar a história, os propósitos e o funcionamento da Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo.

Descrever o processo de produção de notícias para o site, desde a definição das pautas e financiamento dos projetos, passando pela coleta, produção, publicação e disseminação das reportagens especiais sobre a Amazônia.

Analisar de que forma estas narrativas podem contribuir para uma visão mais aprofundada da realidade amazônica, especialmente considerando a globalidade possibilitada pelo uso da internet na disseminação destes conteúdos, discutindo seus pontos considerados positivos e negativos.

JUSTIFICATIVA

O imaginário coletivo de quem não reside na Amazônia, de acordo com Giacomini Filho e Goulart (2011, p. 17), é povoado por impressões, tanto visões que se aproximam das lendas e folclore, como as que se ajustam à complexidade socioambiental da região na atual sociedade globalizada, e existe a sensação de que os conteúdos dos meios de comunicação contribuem com este imaginário estereotipado a partir da propagação de temas sem fundamentação técnico-científica.

À respeito desta questão Miguel (2001, apud SOARES, 2009, p. 117) complementa que os meios são hoje o principal instrumento de difusão das visões de mundo e dos projetos políticos, sendo que neles se encontram as representações do mundo social, ligadas aos diversos grupos de interesse da sociedade, porém, os meios reproduzem mal a diversidade social.

Marcelo Pimenta e Silva (2010, p. 02) afirma que uma grande parte do volume de informações, disponíveis pelas principais empresas de comunicação, são “agendadas” para consolidar a “voz” dos conglomerados de rádio, televisão e imprensa escrita. Essa “realidade” construída pela mídia é apenas um dos “sintomas” representados nos últimos sessenta anos, quando da expansão de meios de comunicação.

A obra “A Natureza da Mídia” de Manuel Sena Dutra (2009, p. 17) faz um estudo acerca dos discursos sobre a Amazônia midiaticizada como lugar estabilizado no tempo, na qual a exuberância dos recursos naturais contrasta com a construção



persistente de uma desfocagem do ser humano, onde a noção de significância (dos recursos) e in-significância (humana) são faces da mesma moeda e justifica:

Para a mídia hegemônica não é apenas difícil dizer coisas novas, mas isso lhe é mesmo impossível enquanto dispositivo emissor que se estrutura dentro de uma sociedade histórica e contemporaneamente marcada pela desigualdade, em que a uns é permitido o poder-fazer o discurso, e a outros é concedido o poder-consumir o discurso, quer chamemos a isso de mercado, concorrência, globalização. (DUTRA, 2009, p. 232)

A imprensa alternativa, por sua vez, “fundamenta-se na transgressão contra o modelo tradicional de jornalismo que produz um discurso voltado aos interesses políticos, econômicos ou de consolidação da cultura dominante, por exemplo” (SILVA, 2009, p. 12). As práticas de mídia alternativa, explica Mazetti (2007, p. 01), são entendidas como ações que visam “pluralizar as vozes do debate público, ao oferecer temas, ângulos e até mesmo fatos que são obscurecidos ou silenciados quando não distorcidos pelos veículos de comunicação hegemônicos, orientados pelo interesse comercial”.

É o caso do Jornal Pessoal, um quinzenário conduzido solitariamente pelo jornalista paraense Lúcio Flávio Pinto, criado em 1987, em Belém, que chegou à edição 547 na segunda quinzena de outubro de 2013, com longevidade superior à média dos periódicos alternativos do país, que para Veloso (2011, p. 99) representa um modelo singular de imprensa alternativa no Brasil, “considerando-se sua linha editorial, linguagem, estrutura de funcionamento, formato e o modo como é financiado – apenas com a venda em bancas, sem publicidade.”

O site da Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo pode ser considerado exemplo de um contexto mais recente de produção jornalística, que no entendimento de Schwaab; Barretos; Diab e Lago (2013, p. 02) dentro dos atuais cenários midiáticos e pela natureza de sua atuação enquanto mídia alternativa, deve ser pensado como “espaço não-hegemônico de leitura e interpretação do contemporâneo, cujo modo de atuar e narrar permite visualizar atualizações e diferentes caminhos diante de modos tradicionais de cobertura jornalística”.

Estudar as narrativas não-hegemônicas sobre a Amazônia, em uma agência de reportagem e jornalismo investigativo que se estrutura com princípios permitidos pelo advento da internet e recrudescimento da cibercultura, contribui para compreendermos



um novo modelo de comunicação com vias alternativas de financiamento, seleção e produção das pautas, com uma linguagem que não se restringe aos discursos generalizantes sobre a região e com alcance global, que rompe as barreiras geográficas e permite produção de sentidos sobre a região em escala mundializada.

UNIVERSO DA PESQUISA, ÁREA OU FENÔMENO A SER PESQUISADO

Este trabalho busca compreender em todas as suas camadas o modo de cobertura jornalística da Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo, empresa sem fins lucrativos, situada na Casa de Cultura Digital de São Paulo⁵ e fundada em março de 2011 pelas jornalistas Marina Amaral e Natalia Viana. A missão da agência é a de “produzir reportagens de fôlego pautadas pelo interesse público, visando ao fortalecimento do direito à informação, à qualificação do debate democrático e à promoção dos direitos humanos”.⁶ As instituições que financiam o trabalho da Pública não tem ingerência sobre as pautas e a Agência também não aceita encomenda de reportagens⁷.

A Pública é independente e permite a livre reprodução de conteúdo através da licença Creative Commons⁸, trabalhando em parceria com outras instituições independentes internacionais como o Wikileaks⁹ e agências da América Latina, Estados Unidos e Europa. Além da produção própria, veicula reportagens de parceiros internacionais com os quais trabalha em colaboração e também atua em financiamentos específicos com bolsas e micro bolsas para jornalistas brasileiros desenvolverem reportagens investigativas.

O conteúdo do site está nas abas Nossas Investigações e Copa Pública, editoria específica para uma série de longa duração com reportagens acerca da Copa do Mundo

⁵ A Casa de Cultura Digital de São Paulo são cerca de 30 organizações ligadas à cultura digital juntas num mesmo espaço físico com a proposta de trabalhar em espaço de troca, por onde circulam ideias, projetos, pessoas e organizações tentando encontrar um modo de convivência e de convergência que respeite as individualidades, as diferenças, as diversidades. Disponível em <http://www.casadaculturadigital.com.br/>. Acesso: 11 out. 2013.

⁶ Disponível em: <http://www.apublica.org/quem-somos/>. Acesso em: 11 out. 2013.

⁷ Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-12948-publica-rumo-ao-financiamento-do-jornalismo-investigativo-por-crowdfunding>. Acesso em: 11 out. 2013.

⁸ Creative Commons é uma organização não governamental sem fins lucrativos localizada em Mountain View, na Califórnia, voltada a expandir a quantidade de obras criativas disponíveis, através de suas licenças que permitem a cópia e compartilhamento com menos restrições que o tradicional todos direitos reservados. Para esse fim, a organização criou diversas licenças, conhecidas como licenças Creative Commons. Disponível em: <http://creativecommons.org/>. Acesso em: 11 out. 2013.

⁹ Organização sem fins lucrativos que publica documentos e informações confidenciais de interesse público de governos e empresas. Disponível em: <http://wikileaks.org/>. Acesso em: 11 out. 2013



no Brasil (em 2014), suas obras e repercussões sociais. As demais reportagens se dividem em 18 categorias, sendo três delas específicas sobre a Amazônia: *Violência na Amazônia*, com 11 publicações, que aborda em especial a relação de animosidade entre fazendeiros e trabalhadores rurais; *Futuro da Amazônia*, com 5 publicações, que trata das dificuldades relacionadas à educação na região; e *Amazônia Pública*, com 17 publicações, que descortina a polêmica em torno do projeto da Vale que pretende dobrar, até 2016, a produção de minério de ferro em Carajás. Ao todo são 33 matérias, todas produzidas em 2012, esmiuçando aspectos da Amazônia com diferentes abordagens e maior aprofundamento.

PROBLEMATIZAÇÃO

Considerando a Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo, em função das possibilidades viabilizadas pela cibercultura, enquanto espaço não-hegemônico de leitura e interpretação do contemporâneo e seu site caracterizado como de jornalismo digital de terceira geração, de que maneira as pautas são definidas e financiadas e como é feita a coleta, produção, publicação e disseminação das narrativas sobre a Amazônia?

REFERENCIAL TEÓRICO

Para o desenvolvimento deste trabalho será preciso observar os discursos da mídia hegemônica sobre a Amazônia, especialmente aprofundando os estudos de Manuel Dutra (2009) em seu trabalho que aborda as representações feitas pela TV enquanto mídia de massa na cobertura em rede nacional das questões regionais e a produção de sentidos sobre a estética da “marca” Amazônia, que foi objeto de pesquisa de Otacílio Amaral Filho (2011).

Neste sentido, se faz necessário buscar o entendimento de Patrick Champagne (1993, apud PORTO, 2009, p. 213) no qual “a mídia não apenas apresenta mas também representa a realidade da qual trata”, sendo responsável por “construir, reconstruir e selecionar fatos sociais por meio de narrativas, constituindo esses fatos em eventos/acontecimentos que, pelas significações e prioridades a eles atribuídas, chegam até a sociedade na condição de notícia”.

É importante o reforço do conceito de alternatividade da mídia, que para Moraes (2007, p. 04), fundamenta-se numa dupla inserção ideológica do projeto



comunicacional: “alinhamento com processos de mudança social e combate sistemático ao sistema hegemônico” com o pressuposto de “assumir visões transformadoras na relação com os leitores e a sociedade em geral, nos métodos de gestão, nas formas de financiamento e, sobretudo, na interpretação dos fatos sociais.”

Nos últimos tempos, mais precisamente no início deste século, Peruzzo (2009, p. 134) observa uma “retomada crescente de iniciativas de comunicação popular, alternativa e comunitária no Brasil, agora incorporando inovadores formatos e canais de difusão possibilitados pelas novas tecnologias de informações e comunicação (NTIC)” que para André Lemos (2008):

Permitem a comunicação individualizada, personalizada e bidirecional, em tempo real, resultantes das convergências tecnológicas que transformam as antigas através de revisões, invenções ou junções, onde ao modelo Um-Todos da mídia tradicional opõe-se o modelo Todos-Todos, o que vem causando mudanças estruturais na produção e distribuição da informação. (LE MOS, 2008, p. 79)

Exemplo desta mudança está na forma de jornalismo mais recente, o jornalismo digital¹⁰ – definido por Suzana Barbosa (2007, p. 127-128) como “aquele feito no âmbito da internet e que pressupõe a coleta, produção, publicação e disseminação de conteúdos através da web e também de outros dispositivos como celulares, tablets, etc” – é a modalidade na qual “as novas tecnologias já não são consideradas apenas como ferramentas, mas, sim, como constitutivas dessa prática jornalística” caracterizada pela interatividade, hipertextualidade, multimídia, personalização, atualização contínua em fluxo e a memória (arquivamento).

Pierre Lévy (2003, p. 369-370, apud MORAES, 2007, p. 07) esclarece que as webmídias estão “liberadas, pelo menos no plano técnico, das limitações associadas a qualquer suporte particular existente”. É possível editar, ao mesmo tempo e de maneira complementar, textos, imagens — fixas ou animadas — e som. Além disso englobam textos, imagens e sons, “com conteúdos organizados por temas — eventualmente estruturados pelas preferências dos consumidores de informação — e não mais segundo grades de programação temporais ou emissões cronológicas”.

Enquanto isso Wolton (2003, p. 188) defende que as novas tecnologias de comunicação “constituem, na realidade, uma inovação técnica; todavia, como o estatuto

¹⁰ Suzana Barbosa (2007) optou por utilizar tal terminologia para caracterizar a nova modalidade de jornalismo, também denominada como jornalismo online, webjornalismo, ciberjornalismo, jornalismo contextualizado.



da comunicação em uma sociedade não depende só da técnica, mas também das dimensões culturais e sociais, é em relação a este conjunto de três características que é preciso avaliar”. Sobre esta a afirmação Peruzzo (2009, p. 143) exemplifica a temática do direito à comunicação, que “há 30 anos não encontrou ressonância nas sociedades latino-americanas, hoje ela é assumida como algo imprescindível, ainda que no nível dos movimentos de direitos humanos e daqueles ligados à comunicação”, além disso defende que:

as novas manifestações alternativas de comunicação, ao incorporar suportes digitais e interativos em tempo real, engendram não só conteúdos diferenciados a partir de novos olhares tendo em vista a desalienação, mas também novos procedimentos de ação na construção e na difusão de mensagens, na socialização de conhecimentos técnicos (e outros), na criação de códigos compartilhados de conduta e na instituição de novas relações sociais de produção que põem em suspensão a hierarquia, a burocracia tradicional e o sentido da propriedade privada. (PERUZZO, 2009, p. 143)

Martín-Barbero (2006, p. 69, apud PERUZZO, p. 144) comenta que o uso alternativo das tecnologias e de redes informáticas na reconstrução da esfera pública passa por “profundas mudanças nos mapas mentais, nas linguagens e nos desenhos de políticas, exigidos, todos eles, pelas novas formas de complexidade que revestem as reconfigurações e hibridizações do público e do privado”.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa pretende seguir o modelo adotado pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia – GJOL proposta pelos professores Elias Machado e Marcos Palácios (2006) que prevê o uso de pesquisas qualitativa e quantitativa como ações complementares no processo de compreensão sobre a produção de informações nas organizações jornalísticas.

“Híbrida, a metodologia adotada incentiva a pesquisa qualitativa, incorpora os estudos de casos específicos como campos de prova para as hipóteses de trabalho [...] e, mais recentemente, utiliza a pesquisa aplicada como laboratório para a produção conceitual.” (MACHADO e PALÁCIOS, 2006, p. 1)



Nesta metodologia o pesquisador percorre três etapas:

- 1) Revisão preliminar da bibliografia, acompanhada da análise da Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo;
- 2) Delimitação do objeto com formulação das hipóteses de trabalho e estudos de caso com pesquisa de campo (participante ou não) na supra referida agência e;
- 3) Elaboração de categorias de análise, processamento do material coletado e definição conceitual sobre as particularidades dos objetos pesquisados.

Estes procedimentos metodológicos permitem que o pesquisador, por um lado, revise a bibliografia corrente sobre o objeto e, por outro, possibilita que esta produção conceitual seja testada em estudos de casos específicos.

A etapa inicial consiste na pesquisa bibliográfica e documental. De acordo com Stumpf (2012, p. 51), a pesquisa bibliográfica faz parte do planejamento inicial global de qualquer trabalho de pesquisa, que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado com o entendimento das ideias dos autores consultados, assim como as ideias e opiniões do aluno. A pesquisa documental, por sua vez, de acordo com Moreira (2012, p. 271-272), é a identificação, verificação e apreciação de documentos (acervos impressos ou digitais, documentos oficiais, técnicos ou pessoais) para a pesquisa, e costuma ser usada para o resgate da história de meios de comunicação, personagens ou períodos.

Na segunda etapa será utilizada a Análise de Conteúdo, que segundo Fonseca Júnior (2012, p. 280) baseia-se na análise de mensagens, cumprindo com os requisitos de sistematicidade e confiabilidade. Em texto no qual aborda o tema, Herscovitz (2010) ainda afirma que a metodologia

“pode ser utilizada para detectar tendências e modelos na análise de critérios de noticiabilidade, enquadramentos e agendamentos. [...] descrever e classificar produtos, gêneros e formatos jornalísticos, para avaliar características da produção de indivíduos, grupos e organizações para identificar elementos típicos, exemplos representativos e discrepâncias e para comparar o conteúdo jornalístico de diferentes mídias em diferentes culturas.”
HERSCOVITZ (2010, p.123).

Na terceira etapa será utilizada a metodologia proposta por Gislene Silva e Flávia Dourado Maia (2011) no estudo “Análise de cobertura jornalística: um protocolo metodológico”, que tem como intuito possibilitar o estudo e a compreensão do acontecimento jornalístico no trabalho de bastidores da redação.



Este protocolo propõe três níveis de análise. O primeiro deles é denominado marcas da apuração e explora indícios do método de apuração da estratégia da cobertura; o segundo oferece uma visão um pouco mais aberta do objeto, focando não só o texto e os gêneros jornalísticos utilizados, mas também o conjunto amplo do produto, como localização na página, diagramação, foto, uso de elementos visuais etc., que neste trabalho levará também em consideração as características do jornalismo digital enumeradas por Suzana Barbosa (2007, p. 128); e o último nível, definido como complemento, reúne aspectos do contexto da produção e da disseminação do conteúdo no ciberespaço.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Espera-se, com este pré-projeto, que se registre novas possibilidades jornalísticas permitidas pelo crescimento da cibercultura com a possibilidade de diferentes interações e visões a respeito da realidade amazônica que não sejam dependentes da grande mídia tradicional e com isso permitam uma visão crítica e aprofundada da região, a partir da alteração no ciclo da produção no jornalismo que provoca mudanças na escolha das pautas, no financiamento, na produção e na disseminação de novos olhares de e para a Amazônia.

Esta proposta ainda está em etapa inicial de estudo e aberta à contribuições acadêmicas como a inclusão ou alteração de referências, de percursos teóricos e/ou metodológicos. A intenção de publicá-la ainda desta forma é uma maneira de levantar eventuais críticas e sugestões em busca do aperfeiçoamento desta pesquisa que está em fase embrionária e será desenvolvida no decorrer do Mestrado.

REFERÊNCIAS

AMARAL FILHO, Otacílio. **Verde que te quero verde: a estética da marca Amazônia**. In: MALCHER, Maria A; SEIXAS, Netília S. dos A.; LIMA, Regina L. A. de: AMARAL FILHO, Otacílio. Comunicação Mídiatizada na e da Amazônia. Belém: FADESP, 2011.

BARBOSA, Suzana. **Sistematizando conceitos e características sobre o jornalismo digital em base de dados**. In: BARBOSA, Suzana (org.). Jornalismo Digital de Terceira Geração. Covilhã: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007. p. 127-153. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110824-barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf>. Acesso em: 14 out. 2013.

DUTRA, Manuel Sena. **A Natureza da Mídia: os discursos da TV sobre a Amazônia, a biodiversidade e os povos da floresta**. São Paulo: Anablume, 2009.



FONSECA JUNIOR, Wilson Corrêa da. **Análise de conteúdo**. In: Duarte, J.; Barros, A (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2 Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GIACOMINI FILHO, Gino; GOULART, Elias. **Amazônia: comunicação no contexto da websfera**. In: MALCHER, Maria A; SEIXAS, Netília S. dos A.; LIMA, Regina L. A. de; AMARAL FILHO, Otacílio. Comunicação Midiatizada na e da Amazônia. Belém: FADESP, 2011.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. **Análise de conteúdo em jornalismo**. In: LAGO, Claudia e Benetti, Marcia (org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. 2. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 4 Ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL**. Disponível em: <http://gruposjol.files.wordpress.com/2011/04/2006_palacios_machado_metodologia.pdf>. Acesso em 21.09.2013

MAZETTI, H. M. **Mídia alternativa para além da contrainformação** – Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. V Congresso Nacional de História da Mídia. São Paulo, 31 maio/2 jun. 2007.

MORAES, Dênis de. **Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas**. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, vol. IX, n. 2, mayo – ago. / 2007.

MOREIRA, Sonia Virginia. **Análise documental como método e como técnica**. In: Duarte, J.; Barros, A (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2 Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. In: Revista Galáxia, no. 17. São Paulo, 2009, p. 131-146.

PORTO, Maria Stela Grossi. **Mídia, segurança pública e representações sociais**. Tempo soc., São Paulo, v. 21, n. 2, 2009. Disponível em < <http://www.scielo.br/pdf/ts/v21n2/v21n2a10.pdf>>. Acesso em 11 Nov. 2013.

SCHWAAB, Reges; BARRETOS, Dayane do Carmo. DIAB, César Raydan. LAGO, Filipe Monteiro da Costa. **Agência Pública e Repórter Brasil: narrativas não-hegemônicas sobre o contemporâneo**. Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Alternativa, integrante do IX Encontro Nacional de História da Mídia, 2013. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-alternativa/agencia-publica-e-reporter-brasil-narrativas-nao-hegemonicas-sobre-o-contemporaneo>>. Acesso em 21.09.2013

SILVA, Gislene; MAIA, Flávia. **Análise de cobertura jornalística: um protocolo metodológico**. Revista Rumores, Ed. 10, ano 5; Julho-Dezembro de 2011. Disponível em: <http://www3.usp.br/rumores/pdf/rumores10_2_gislene_flavia.pdf>. Acesso em 21.09.2013.

SILVA, Marcelo Pimenta e. **A contracultura e a imprensa alternativa: revolução social através da informação**. In: Contemporâneos: revista de artes e humanidades, n. 6, maio-



outubro, 2010. Disponível em: http://www.revistacontemporaneos.com.br/n6/dossie8_contracultura.pdf. Acesso em: 29 out. 2013.

SOARES, Murilo César. Representações, jornalismo e a esfera pública democrática [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. Disponível em: <http://www.ucg.br/ucg/unati/ArquivosUpload/1/file/Representa%C3%A7%C3%B5es,%20jornalismo%20e%20esfera%20p%C3%BAblica%20democr%C3%A1tica.pdf>. Acesso em 29 out. 2013

SOUSA, Jorge Pedro. **Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia.** 2003. BOCC: Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.html>. Acesso em: 28/09/2013

STUMPF, Ida Regina C. **Pesquisa Bibliográfica.** In: Duarte, J.; Barros, A (org.) . Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2 Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

VELOSO, Maria do Socorro Furtado et al. **Jornal Pessoal: Modelo de imprensa contra-hegemônica na Amazônia brasileira.** OBS*, 2011, vol. 5, no. 2, p. 97-109.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Porto alegre: Sulina, 2003.