



Jornalismo Independente e novas narrativas: um olhar sob a série *Amazônia Pública*¹

Andresa Caroline Lopes de OLIVEIRA²

Sílvia Brandão Cuenca STIPP³

Centro Universitário de Votuporanga, UNIFEV, Votuporanga, SP

RESUMO

No Brasil, verifica-se a multiplicação de veículos de mídia independente que vêm com o objetivo de trazer uma nova abordagem para a cobertura jornalística. Além da busca por temas diferenciados, esses veículos vêm dedicando-se à experimentação de práticas alternativas do jornalismo. Sem as amarras ideológicas características da mídia tradicional, o jornalismo independente praticado na Internet é um laboratório de novas narrativas. Este artigo busca fazer uma reflexão sobre a prática da grande reportagem nos veículos de mídia independente, lançando um olhar sob a série de reportagens *Amazônia Pública*.

PALAVRAS-CHAVE: internet; mídia independente; jornalismo narrativo; *Amazônia Pública*.

INTRODUÇÃO

Com o surgimento das novas tecnologias e transformações estruturais e ideológicas no campo da comunicação, muitos jornalistas e consumidores buscam novas alternativas em comunicação. Nesse contexto, a Internet ocupa um lugar de destaque, pois por meio dela que, atualmente, a sociedade vive o que se conhece como Convergência Midiática. No conceito de “Cultura da Convergência”, abordado por Jenkins (2012), as mídias atuais exploram maior interatividade e participação do receptor, enquanto as tradicionais, o coloca em condição de passividade, ou seja, apenas receptor do conteúdo emitido pelos meios de comunicação.

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2012, p. 30 - grifos do autor).

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Jornalista. Pós-Graduanda em Análise e Produção de Textos sob Perspectivas Linguísticas e Literárias (UNIFEV), e-mail: andresaliveira.carol84@gmail.com

³ Orientadora do Trabalho. Mestre em Comunicação (UNESP- BAURU). Docente e Coordenadora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo do Centro Universitário de Votuporanga - UNIFEV, e-mail: spstipp@gmail.com



Essa nova atuação do receptor no contexto midiático resultou em algumas mudanças no jornalismo. Além de consumir informação, ele pode pautar e também colaborar com conteúdo. Para Jardim (2007), esse novo paradigma nomeado de jornalismo colaborativo ou participativo, “corresponde, portanto, aos papéis desempenhados por aqueles responsáveis por fazer com que as partes do processo comunicacional dialoguem, tais quais os emissores, as mensagens e os receptores.” (JARDIM, 2007, p. 402).

O cenário de convergência e participação também propiciou outras abordagens e linguagens para o jornalismo. As novas tecnologias da informação permitem que o receptor decida o que é ou não notícia, como será narrada e em qual plataforma. Desse modo, o papel dos *gatekeepers*⁴ é posto em xeque quando o assunto é jornalismo colaborativo.

Para Lévy (2011), essas mudanças consistem em uma revolução digital que está intimamente ligada ao processo de convergência midiática.

A fusão das telecomunicações, da informática, da imprensa, da edição, da televisão, do cinema e dos jogos eletrônicos em uma indústria unificada da multimídia é o aspecto da revolução digital que os jornalistas mais enfatizam. Mas não é o único, nem talvez o mais importante. Além de certas repercussões comerciais, parece-nos urgente destacar os grandes aspectos civilizatórios ligados ao surgimento da multimídia: novas estruturas de comunicação, de regulação e de cooperação, linguagens e técnicas intelectuais inéditas, modificação das relações de tempo e espaço etc. (LÉVY, 2011, p. 13 – grifos do autor).

Todavia, mesmo que a revolução digital seja conhecida por profissionais da comunicação, a mídia corporativa - pertencente aos grandes conglomerados midiáticos - ainda mantém-se tímida em relação à maior participação do receptor em suas mensagens. Neste cenário, novos veículos de mídia independente vêm surgindo - mesmo que timidamente no Brasil - a fim de trazer novas histórias, linguagens e abordagens diferenciadas da mídia convencional.

No Brasil, em 2012, surgiu a *Pública - agência de jornalismo investigativo*, site de jornalismo colaborativo independente com foco em reportagens investigativas. Além de disponibilizar conteúdo em seu endereço na Internet, a *Pública* também permite que o conteúdo seja reproduzido em outros veículos de comunicação por meio da licença

⁴ Hohlfeldth *apud* Wolf: *Gatekeepers* (porteiro) - filtros ideológicos da informação. Teoria do *Newsmaking*. Fonte: Teorias da Comunicação: escolas, conceitos e tendências, p. 206.



*creative commons*⁵. Sem fins lucrativos, as reportagens são financiadas por leitores por meio do sistema de *catarse*⁶.

O mesmo ano de fundação da Pública foi data para a publicação da primeira série com 17 reportagens financiadas. Nomeada por *Amazônia Pública*, a agência trouxe para as páginas da Internet um lado mais aprofundado sobre as riquezas e mazelas da Amazônia, com olhares e narrativas diferentes das abordagens da mídia convencional.

Este trabalho visa uma reflexão sobre o uso de novas narrativas na veiculação de grandes reportagens na Internet por meio de um estudo sobre a série de reportagens *Amazônia Pública*.

1. DA PRENSA AO JORNALISMO 3.0

A todo o momento o homem inventa e aprimora o que já existe na sociedade. Seja em âmbitos teóricos ou tecnológicos, o ser humano sempre está em busca do novo.

Pode-se considerar que os primeiros passos para essa evolução foram dados no século XV quando Johan Gutenberg inventou a prensa gráfica. Antes deste feito, o acesso à informação e à cultura era limitado e de alto custo, muitas vezes, de alcance apenas para instituições religiosas e a um pequeno grupo da sociedade. Mesmo com grande dependência mecânica, a prensa contribuiu de forma significativa para a difusão de informações, principalmente quando os primeiros jornais começaram a serem impressos no século XVIII. Era o início do que conhecemos como imprensa.

Os meios de comunicação procuram evoluir continuamente, como o aprimoramento dos códigos e linguagens.

Assim como cresce e se desenvolve uma grande árvore, a comunicação evoluiu de uma pequena semente – a associação inicial entre um signo e um objeto – para formar linguagens e inventar meios que vencessem o tempo e a distância, ramificando-se em sistemas e instituições até cobrir o mundo com seus ramos. E não contente em cobrir o mundo, a grande árvore já começou a lançar seus brotos à procura das estrelas. (BORDENAVE, 2003, p. 23).

Quando Bordenave (2003) disse que “a grande árvore já começou a lançar seus brotos à procura das estrelas”, ele se referia aos satélites que foram um marco na

⁵ *Creative commons*: licença que permite o compartilhamento e cópia de obras criativas com menos restrições. (Fonte: Wikipédia).

⁶ *Catarse*: Primeira plataforma de financiamento coletivo do Brasil. (Fonte: www.catarse.org.br).



história da comunicação, principalmente para as transmissões televisivas e radiofônicas.

Mais tarde, com o advento da Internet, depois de atingir as estrelas, a comunicação ganhou maiores dimensões como a de uma galáxia.

A internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global. Assim como a difusão da máquina impressora no Ocidente criou o que McLuhan chamou de “Galáxia de Gutenberg”, ingressamos agora num novo mundo de comunicação: a Galáxia da Internet. (CASTELLS, 2003, p. 8).

No entanto, antes de atingir maiores altitudes, a Internet começou discretamente em meados dos anos de 1969, quando era apenas um projeto de controle e monitoramento militar que incluía quatro universidades dos Estados Unidos com o objetivo de proteger informações. O mundo ainda vivia os abalos da Segunda Guerra Mundial quando a rede militar Arpanet foi criada.

Depois de ser implantada em quatro universidades dos Estados Unidos, não demorou muito para que a Arpanet começasse a ser usada pela comunidade acadêmica para fins científicos e troca de mensagens. No ano de 1983, aconteceu a divisão entre a Arpanet, que ficou encarregada das pesquisas científicas e a MilNet, para fins militares.

Antes de ser desativada em 1990, a Arpanet foi sucedida por várias redes privatizadas, entre elas a Usenet, criada a partir de um fórum on-line para discussões sobre assuntos de informática e as BBSs, que hoje conhecemos como redes sociais.

No mesmo ano, com a criação da *www* (*world wide web*, a Internet começou a ser popularizada na sociedade. Para esse feito, o hipertexto, ou seja, a linguagem da rede foi um dos principais responsáveis pela explosão pública da Internet.

Entende-se como hipertexto o conjunto dos conteúdos que fazem parte da Internet. A amplitude de espaço disponibilizado pela rede permite o uso de várias linguagens em uma única plataforma e a possibilidade de maior interação com o leitor, uma vez que a informação está a um *click* do usuário.

“Uma vez impresso, o material conserva certa estabilidade” (LÉVY, 2011, p. 55). Dessa forma, o leitor é conduzido pelos efeitos de sentido que a mídia impressa deseja causar. Já no hipertexto, o usuário é ativo no processo de leitura podendo controlar o nível de exploração e contextualização de conteúdo que ele deseja ter ao procurar determinado assunto.



Para Cebrián (1998), a criação do hipertexto, ou seja, a linguagem da rede foi o que propiciou a explosão pública da Internet.

A partir desse momento, já não eram mais precisos procedimentos complicados para que se estabelecesse a comunicação, ao contrário, bastava clicar um ícone na tela. A organização da informação se fazia em forma de páginas. Esta maior facilidade de uso propiciou que a Internet saísse do âmbito acadêmico e se convertesse em um fenômeno popular no mundo inteiro. No início da década de 1990, a implantação da WWW como uma plataforma de fácil acesso e utilização simples acelerou um crescimento gigantesco e desordenado desta “rede de redes”, uma teia de aranha. (CEBRIÁN, 1998, p. 40).

“Na internet não nos comportamos como se estivéssemos lendo um livro, com começo, meio e fim” (FERRARI, 2012, p. 44). Sendo assim, a dinâmica do hipertexto permite que o usuário faça seu próprio roteiro de leitura por meio de *links* e outros formatos.

Textos, fotos, vídeos, gráficos e sons; a gama de gêneros explorados pelo hipertexto na Internet ofereceu ao usuário uma grande variedade de formatos. Essas mudanças influenciaram a prática jornalística, que a partir das novas tecnologias passou a viver o que para Filho (2002), é chamado de Quarto Jornalismo - 1970 até os dias de hoje - que começou marcado pelos impactos sob a forma de produzir informação.

Neste aspecto, a informatização das redações e a busca pela velocidade foram fatores determinantes para o que se conheceu como Jornalismo 1.0, marcado pela migração de formatos tradicionais para sites e portais da Internet. No entanto, nos tempos de jornalismo 1.0, o modelo comunicacional manteve-se com uma arquitetura que demarcava os limites e os papéis de cada ator no processo comunicativo, sendo ela: **(emissor > mensagem > canal > receptor)**.

A princípio, jornais e revistas publicavam na íntegra o conteúdo das edições impressas na plataforma digital. Sem nenhuma produção específica de conteúdo para a Internet, a mídia, principalmente, a imprensa utilizou a Internet como um canal de migração.

Deste modo, a Internet iniciava um processo que mais tarde ficou conhecido como Convergência Midiática. O jornalismo foi um dos alvos dessa mudança que segundo Jenkins (2012), não implica no desaparecimento dos meios tradicionais. Portanto, o autor defende que os aparelhos não são os principais atores da convergência, mas sim, os receptores. “A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática



opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento.” (JENKINS, 2012, p. 43).

Sendo assim, o surgimento de uma nova plataforma não implica no desaparecimento da outra. Além do processo de adaptação, existe a complementação. A fotografia complementa o texto, que complementa o vídeo e assim vice-versa.

Com a junção de várias mídias, a Internet passou a agregar diferentes formatos midiáticos. No contexto da convergência, em um único aparelho, o receptor pode ler notícias, assistir vídeos sobre o acontecimento e até mesmo ouvir *podcasts*⁷ com conteúdos produzidos especificamente para a mídia convergente; entre elas, celulares e *tablets*.

Em meados do ano de 1997, a Internet surgiu com novos gêneros dentro do hipertexto, entre eles, os *blogs*. Era o início de uma nova etapa conhecida como Jornalismo 2.0, caracterizada pela produção de conteúdo específico para a plataforma digital, convergência das mídias e início de maior participação do receptor.

A priori, os blogs foram utilizados como diários on-line para a publicação de conteúdos autorais. “Entre 97 a 99, o código narrativo predominante nos blogs era uma espécie de dicas sobre o que há de mais interessante na Internet” (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 118).

No entanto, não demorou muito para que esse gênero começasse a ser utilizado no jornalismo. Como estratégia de adaptação ao Jornalismo 2.0, muitos jornais impressos inseriram em seus portais de notícias *blogs* de colunistas e *links* específicos para que os internautas interagissem com o conteúdo. Jornais como *O Estado de S.Paulo* e *Folha de S.Paulo* apostaram na utilização de vídeos e *podcasts* como diferentes atrativos.

No JORNALISMO 2.0, as barreiras entre emissor e receptor começaram a ser quebradas com pequenas manifestações colaborativas. Nesse aspecto, o receptor não é visto apenas como um destinatário de informação, mas sim como usuário. Os *blogs* e a inserção de espaços para comentários em sites e portais noticiosos proporcionaram ao leitor maior chance de interatividade com o conteúdo: *blogs* com a possibilidade de produção independente de *posts* pelos usuários – postagens essas, que em alguns casos começaram a pautar a mídia; e os comentários incluíram o receptor no processo, ou seja, “deu voz” ao usuário.

⁷ *Podcast*: Arquivo de áudio digital, geralmente em formato de MP3, publicado por meio da plataforma *Podcasting* na Internet. (Fonte: Wikipédia).



Isto pode acontecer de diversas maneiras, entre elas, pela troca de e-mails entre leitores e jornalistas; através da disponibilização da opinião dos leitores, como é feito em sites que abrigam fóruns de discussões; através de chats com jornalistas. Porém, os autores não contemplam a perspectiva da interatividade da própria notícia, ou seja, a navegação pelo hipertexto que, conforme Machado (1997), constitui também uma situação interativa. (MIELNICZUK, 2001, p.3).

Em relação à produção informativa, o Jornalismo 2.0 pautou-se pela lógica da velocidade. Neste aspecto, jornalismo impresso e webjornalismo travaram uma disputa pela agilidade da informação. Ao invés de migrarem a versão impressa para a Internet, os jornais começaram a investir na plataforma digital por meio da elaboração de conteúdo específico para a web. Os formatos convergentes explicitados anteriormente (vídeos, *podcasts* e ferramentas de interatividade) foram e são amplamente exploradas nesse contexto.

O cenário começa a modificar-se com o surgimento de iniciativas tanto empresariais quanto editoriais destinadas exclusivamente para a Internet. São sites jornalísticos que extrapolam a ideia de uma simples versão para a Web de um jornal impresso e passam a explorar de forma melhor as potencialidades oferecidas pela rede. Tem-se, então, o webjornalismo. (IBIDEM, 2001, p. 2).

Contudo, mesmo com o advento das novas tecnologias, o *deadline*, ou seja, o fechamento do jornal é um dos fatores que implicam no processo de produção noticiosa. Sendo assim, o jornalismo impresso continua a não acompanhar o ritmo temporal da internet. Cabe a ele, o papel de aprofundar os fatos nas edições do dia seguinte. Função que dificilmente é exercida pela imprensa tradicional devido a vários fatores, entre eles: linha editorial, equipes reduzidas e dependência comercial.

Diante desse contexto, a tecnologia e as formas independentes do jornalismo vêm colaborando para que o receptor participe de forma ativa na produção de informação, desde uma sugestão de pauta à investigação e publicação da notícia e outros conteúdos. Essa nova vertente é conhecida como Jornalismo Colaborativo ou Cidadão.

1.1 O jornalismo 3.0

Percebe-se em grande parte dos casos, que o webjornalismo procura moldar-se às necessidades sociais. Na era da tecnologia, informação é fonte de poder. Marcado por uma arquitetura rizomática, ou seja, sem uma hierarquia rígida, os papéis entre emissor



e receptor confundem-se quando trata-se em jornalismo colaborativo. Sendo assim, somos exponencialmente emissores e receptores ao mesmo tempo. $E+R = E^R$

Deste modo, o receptor não é mais passivo do controle dos Meios de Comunicação de Massa como única fonte de informação, cultura e entretenimento. A tecnologia permite ao usuário liberdade e “poder” para expressar-se, criar e disponibilizar conteúdo.

[...] o antigo “público-receptor” constitui-se agora como fonte emissora ou “homem mídia”, devido às possibilidades técnicas de que se investe todo e qualquer indivíduo munido de um computador, *modem*, linha telefônica ou banda larga. Por um lado, os blogs ou fontes informativas de natureza individual implicam uma intervenção pessoal nos discursos socialmente circulantes (ainda que, em princípio, limitados ao espaço das redes cibernéticas) e acabam influenciando a pauta jornalística profissional [...]. (SODRÉ, 2012, p.100).

Por meio das plataformas tecnológicas e outros canais de mídia independente, o receptor toma para si o papel do *gatekeeper* (porteiro) participando do processo de seleção dos fatos que serão transformados em acontecimento, ou seja, em notícia. Há no jornalismo colaborativo um diálogo mútuo entre emissores, receptores e mensagens sem a presença de uma hierarquia vertical de produção.

O resultado é que, no fim das contas, ninguém mais é dono, artesão ou operador do lead, do *newsmaking* ou dos *news values*. Todos os fatos podem se transformar em leads e qualquer pessoa pode iniciar um processo de *newsmaking*. Para completar, é possível que um grupo de cidadãos comuns passe a julgar e a decidir o que vale e o que não vale virar notícia. [...] Nisso, os fatos agora só são verdadeiramente fatos e merecem circular se os indivíduos tiverem interesse que estes fatos existam e circulem. (MARSHALL, 2013).⁸

Nestes diferentes níveis de produção informacional, o *gatekeeper* atua como filtros que interferem de forma ativa no processo noticioso, dos fatos à publicação deles. Essa função geralmente é direcionada aos editores e jornalistas.

Quando se fala em jornalismo colaborativo há uma indefinição de quem ocupa o papel do *gatekeeper*. Levando em conta o pressuposto de mediação definido por Lévy (2011), essa prática jornalística privilegia a interlocução, ou seja, emissores, receptores dialogam com a mensagem de forma ativa.

⁸ Artigo publicado em
<http://www.observatorioidaimprensa.com.br/news/view/_ed744_jornalismo_cidadao_assume_controle_do_lead>.
Acessado em: 12 jul. 2014, às 1h15.



Na contemporaneidade, temos recentes exemplos da prática do jornalismo colaborativo e independente. Um deles é a Mídia Ninja, que durante as manifestações de junho de 2013 apresentaram uma cobertura midiática diferenciada da mídia tradicional ao abordar as manifestações contra o aumento do valor das passagens do transporte público nas grandes cidades.

Outro exemplo é a *Pública* - agência de jornalismo investigativo, que é um exemplo de prática de jornalismo em profundidade na Internet. Fundada em 2012, a agência é especializada em reportagens que giram em torno de quatro eixos de investigação: direitos humanos; Copa do Mundo 2014; megainvestimentos na Amazônia e Ditadura Militar.

2. A PÚBLICA: quando o jornalismo em profundidade é viável na Internet

Por muito tempo o jornalismo praticado na Internet foi alvo de críticas. Grande parte do burburinho destinava ao meio características de superficialidade e pouca confiabilidade. Acreditava-se que muitas das notícias publicadas nos sites e portais da Internet eram produzidas sem o rigor de apuração dos meios tradicionais. No entanto, a mesma plataforma que supostamente teria causado a queda de qualidade do jornalismo, em alguns casos, é utilizada como uma fuga às pautas viciadas e às lacunas deixadas pelo jornalismo impresso, televisivo e radiofônico.

Lima (2009), define o jornalismo em profundidade como uma narrativa capaz de potencializar a capacidade de elucidação do leitor. Partindo desse pressuposto, essa prática jornalística muito mais que apenas informar, busca alcançar um nível de compreensão no receptor. Para isso, muitas vezes, o jornalista aprofunda-se na investigação de algumas histórias, dando a elas um começo, meio e fim.

Sem fins lucrativos, a *Pública* - *agência de jornalismo investigativo* é um veículo que sustenta-se por meio de um sistema de financiamento coletivo conhecido como *crowdfunding*⁹, no qual os custos da produção das reportagens são doados pelos leitores e por instituições como a Fundação Ford, a Omidyar Network e a Open Society Foundation. O desprendimento às receitas publicitárias tem como objetivo manter a

⁹ *Crowdfunding*- Sistema de Financiamento Coletivo, no qual o leitor financia um projeto de reportagem doando qualquer quantia. (Fonte: Wikipédia).



independência editorial da *Pública* e democratizar a informação, uma vez que os temas debatidos têm como visibilidade o interesse público.

Além disso, a agência atua com a licença *creative commons* que é um licenciamento para facilitar o compartilhamento de conteúdos culturais como textos, músicas, filmes e imagens. Deste modo, é possível que outro veículo de comunicação compartilhe as reportagens produzidas pela *Pública*, desde que respeite as regras impostas como créditos ao jornalista e normas estabelecidas para a edição dos textos.

Todo esse processo se dá por meio do site da agência, no qual o leitor pode candidatar-se a ser um financiador doando qualquer quantia para a manutenção do trabalho da *Pública*. Para projetos específicos, há a mediação da ferramenta Catarse, disponível no sítio <http://catarse.me/pt>, no qual os interessados oferecem os seus projetos para o financiamento coletivo seguindo alguns passos conforme explica o descritivo disponível no site.

Os projetos são enviados ao Catarse por realizadores de diversas áreas sendo que cada um deles é completamente responsável pelo seu projeto. Eles gastam um bom tempo preparando um vídeo campanha, bolando recompensas atrativas para oferecer aos apoiadores, pensando no orçamento do projeto e em como comunicá-lo para o público. Após essa etapa, o Catarse faz uma breve seleção. Quando o projeto é aprovado, ele é aberto para a captação e os realizadores compartilham sua ideia para o mundo. (CATARSE).

Pelo mesmo sistema de Catarse, a *Pública* permite que o receptor possa participar ativamente da produção da reportagem, desde a escolha da pauta até o custeamento do projeto. No entanto, mesmo nos modelos de jornalismo colaborativo independente, há hierarquização no trabalho da produção noticiosa.

Há entre eles modelos de regulação baseados na concepção de edição administrada de forma coletiva. Mas são distintos: ou uma equipe de redatores profissionais realiza a tarefa de hierarquizar as informações, a partir de critérios estabelecidos pela comunidade de repórteres-cidadãos; ou há espaços de moderação, onde cada usuário tem o mesmo poder para sugerir pautas e aprovar as notícias, destinando aos redatores profissionais somente a tarefa de revisão e publicação final. (MALINI; ANTOUN, 2013, p.116).

Seguindo estas “regras” de hierarquia na produção noticiosa, é muito comum encontrar nas páginas da *Pública* reportagens que buscam lançar um olhar para aqueles que estão no anonimato. Além das fontes oficiais, os repórteres saem *in loco* para apurar



e conhecer a história de brasileiros que foram ou são prejudicados por empresas e governos. Em entrevista para este trabalho, a diretora Natália Viana explicou que a *Pública* busca “ter um olhar de baixo para cima, ouvindo os movimentos sociais, as comunidades locais, as pessoas que são afetadas para daí entender a complexidade da situação e depois buscar os opositores, ou seja, empresas e governos”. (VIANA, 2014).

Um exemplo desse jornalismo que busca um olhar de baixo foi praticado na produção da série de reportagens *Amazônia Pública*.

2.1 *Amazônia Pública*: um dossiê das mazelas trazidas à floresta pelo progresso

Em 2012, a *Pública* iniciou uma expedição com o objetivo de desbravar os bastidores dos investimentos na Amazônia. Produzido entre os meses de julho a outubro, o projeto Amazônia Pública foi composto por nove jornalistas divididos em três equipes de reportagem que ficaram responsáveis pelas investigações em três partes da Amazônia: no porto de mineração em Marabá (PA), na bacia do Rio Tapajós e em Porto Velho, nas hidrelétricas do Rio Madeira.

A série de reportagens é dividida em três capítulos - *Carajás*, *Madeira e Tapajós*, trata em 17 reportagens o contexto de desenvolvimento dos projetos implantados na Amazônia, envolvendo a atuação de empresas, as negociações políticas e os impactos dos investimentos no meio ambiente e na vida da sociedade civil.

O capítulo *Carajás* é voltado para a investigação dos planos da Companhia Vale do Rio Doce para ampliar a extração do minério de ferro. A reportagem revela os impactos que a empresa traz para o meio ambiente, como o desmatamento, atropelamento de animais e as condições sociais da população que se submete ao trabalho escravo nas carvoarias. Este capítulo também dedica-se a contextualização do processo produtivo do metal que traz desenvolvimento para o país, mas ao mesmo tempo é responsável por danos à natureza e exploração do trabalho humano.

Com cenário na região de Rondônia e Porto Velho, o capítulo *Madeira* aborda os impactos trazidos pela construção de hidrelétricas no Rio Madeira. O projeto faz parte do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), do Governo Federal. Nas reportagens, a *Pública* conta as interferências que as obras trouxeram para o meio ambiente, economia e população. Entre os relatos estão casos de remoção de ribeirinhos e pescadores que dependiam do rio para o sustento, a falta de infraestrutura de



segurança e educação. Na corrida para a finalização das obras, os trabalhadores também arriscam as suas vidas sofrendo acidentes de trabalho.

Já o terceiro capítulo *Tapajós* é dedicado ao relato da luta de comunidades indígenas contra a construção de duas usinas hidrelétricas pelo Governo Federal. As reportagens demonstram a falta de diálogo entre a população e os projetos de desenvolvimento que podem trazer impactos irreversíveis na vida dos moradores que vivem às margens do Tapajós.

Em síntese, a expedição pelas principais regiões da Amazônia em busca de retratar cenários do progresso que anda na contramão do desenvolvimento e ouvir as vozes da população afetada pelos projetos de expansão. Ao ler as reportagens que compõem a série, o leitor é convidado a fazer parte dos conflitos dos moradores por meio das narrativas construídas através dos relatos, das pesquisas e da presença *in loco* e a imersão dos repórteres nas comunidades visitadas.

Neste aspecto, destaca-se a busca por uma narrativa humanizada, que visa muito mais do que apresentar fatos. O jornalismo em profundidade praticado na contemporaneidade busca fazer com que o leitor entenda o acontecimento em sua complexidade, dotando-o de uma elucidação que aborde as causas, os efeitos e as consequências.

No entanto, a construção da complexidade se dá a partir da estruturação textual organizada pelo jornalista, que a partir de uma narrativa organiza os retalhos de informação em um tecido homogêneo.

Um dado incontestável que registro na trajetória das últimas décadas: a arte de narrar acrescentou sentidos mais sutis à arte de tecer o presente. Uma definição simples é aquela que entende a narrativa como uma das respostas humanas diante do caos. Dotada da capacidade de produzir sentidos, ao narrar o mundo, a inteligência humana organiza o caos em um cosmos. (MEDINA, 2003, p. 47, grifos do autor).

Nas reportagens da série *Amazônia Pública* é muito comum encontrar o predomínio do jornalismo narrativo. Neste aspecto, alguns elementos da literatura contribuem para humanizar e produzir sentidos ao texto.

A inserção do modelo é reflexo da preocupação de fazer um jornalismo que possibilite vir à tona um mundo que permanece subjacente ao mundo que encontramos nos noticiários. A utilização da perspectiva subjetivista, elemento exaltado no texto do jornalismo



literário, em complemento ao texto - objetivo proporcionado pelo Lead, se faz necessária a partir do momento que o uso de técnicas da literatura na captação, redação e edição de reportagens e ensaios jornalísticos pode obter uma minuciosa observação da realidade. É esta a nossa principal preocupação ao defendermos junto aos nossos colegas uma apuração que deixe aflorar o sujeito, peça fundamental na construção do mundo. (GOMES; COSTA; BATISTA, 2004, p. 8).

Deste modo, ao narrar, houve a preocupação de ir além das seis principais perguntas que compõem o lead - Que? Quem? Quando? Onde? Como? e Por quê? Optou-se pela utilização de características narrativas como o ponto de vista, no qual o jornalista apresenta a sua visão em determinados momentos do texto; do status de vida, elemento que apresenta ao leitor as principais informações sobre o personagem (que no caso é a fonte ou entrevistado); as descrições que inserem quem lê o texto nos cenários que fazem parte da reportagem. O uso desses recursos contribuem para maior aprofundamento do texto.

No entanto, uma grande reportagem não é feita apenas por artifícios linguísticos. O trabalho de apuração do jornalista também é de extrema importância. Para isso, as entrevistas, a pesquisa documental em documentos e a observação participante, ou seja, presença do jornalista *in loco*, foram essenciais para a construção da série de reportagens que busca a versão dos fatos além do que são fornecidas pelos órgãos oficiais. Partindo disso, as 17 reportagens contam com um extenso material constituído de documentos, relatórios e pesquisas.

Além dos dados contidos em formato de texto, a série *Amazônia Pública* também foi veiculada por meio de três programas de rádio e uma reportagem em vídeo. No modo de áudio, os elementos de descrição foram mantidos pela narrativa do locutor com o auxílio de recursos e efeitos sonoros. Assim como nas reportagens, houve predomínio do relato da população.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em tempos de crise no jornalismo - tanto estrutural, como ideológica, os veículos de comunicação independentes surgem como uma fuga e alternativa. Ao abrir mão de receitas publicitárias para se manterem, as chamadas “mídias independentes” encontram mais liberdade para abordar temas que não são de interesse da mídia



tradicional - sabe-se que antes de um fato virar notícia, existem vários filtros ideológicos que interferem, os interesses financeiros é um deles.

Ainda tratando-se de liberdade, o jornalista independente é desprendido de outras amarras que regem a prática da reportagem na grande imprensa. O *deadline* apertado é uma delas. Desse modo, há mais tempo para investir em investigações aprofundadas como foi realizada pela *Pública* na série de reportagens *Amazônia Pública* e em outras pautas desenvolvidas na agência.

Por suas características democráticas, a Internet tem se tornado o principal meio de manifestação do jornalismo independente, seja por meio de sites, portais e redes sociais. Ao mesmo tempo que permite maior liberdade para a cobertura jornalística, o ciberespaço proporciona o surgimento de novas narrativas. Neste aspecto, as características do hipertexto contribuem para que o jornalista complemente a reportagem com a disponibilização de documentos e outros dados. No caso da série *Amazônia Pública*, outros formatos foram utilizados para veicular a informação, entre eles, os *podcasts* e os *vídeos*. A diretora da *Pública*, Natália Viana destacou que o uso de mais de uma mídia teve como objetivo proporcionar que a informação chegasse para todas as pessoas.

No entanto, a mídia independente não se torna mais democrática apenas quando se trata de veicular informação. Ao humanizar a narrativa, colocando o ser humano em destaque, o jornalista dá voz aos que vivem à margem da sociedade e por alguma razão não têm espaço na mídia tradicional. Deste modo, o jornalismo independente que vemos na contemporaneidade assemelha-se ao jornalismo do século XX quando jornalistas como João do Rio e outros nomes da reportagem brasileira - contrariados pela padronização do jornalismo, dedicavam-se a retratar as mazelas e os subterrâneos das cidades.

O jornalismo independente atua como um laboratório de jornalismo. Sem compromissos com ideologias e hierarquias, ele reinventa modos de narrar, de recepção e até mesmo o modo de se fazer jornalismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

CATARSE. www.catarse.org.br



CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede** - a era da informação. 10 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

CÉBRIAN, Juan Luis. **A rede**. 2 ed. São Paulo: Summus, 1998.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2012.

FILHO, Ciro Marcondes. **Jornalismo e Comunicação**: a saga dos cães perdidos. 2 ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

GOMES, Felipe Sáles; COSTA, Klenio Veiga; BATISTA, Renato Lourenço. **Jornalismo Narrativo** – eficiência e viabilidade na mídia impressa. Rio de Janeiro: UNIFLU, 2004.

HOHFELDT, Antonio. Hipóteses Contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (orgs). **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. 12ª e.d. Petrópolis: Vozes, 2001.

JARDIM, Gabriela. A diversificação das mediações sociais no jornalismo colaborativo: análise comparativa dos websites OhMyNews, International e Overmundo. In: **Comunicação e Cidadania**: Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. Braga: Universidade do Minho, 2007.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2012.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**. São Paulo: Loyola, 2011.

LIMA, Edvado Pereira. **Páginas Ampliadas**. 4 ed. São Paulo: Manole, 2009.

MALINI, Fábio; Antoun. **A internet e a rua**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARSHALL, Leandro. **Jornalismo-cidadão assume o controle do Lead**.

Disponível em:

http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed744_jornalismo_cidadao_assume_controle_do_lead>. Acessado em: 12 jul. 2014, às 1h15.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente** - narrativa e cotidiano. 2 ed. São Paulo: Summus, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e Implicações do Jornalismo na Web**.

Disponível em:

<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf>.

Acessado em 04 de maio, às 23h.

PÚBLICA. www.apublica.org.br

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2012.