

Análise dos gêneros jornalísticos em portais de comunicação alternativa em Florianópolis¹

Daiane de SOUZA²

André PINHEIRO³

Universidade do Vale do Itajaí-SC

Resumo

Esta pesquisa analisa os gêneros e os formatos jornalísticos presentes em portais de mídia alternativa em Florianópolis (SC), mais precisamente os portais Catarinas, Farol Reportagem e Maruim, levando em conta as publicações feitas em seus endereços online no período entre 28/07/2016 e 01/09/2016. Foram usados como base os estudos de gêneros jornalísticos iniciados por Luiz Beltrão (1969) e aprofundados por José Marques de Melo (2010). Utilizamos o conceito de comunicação alternativa por Cicilia Peruzzo (2006), que classifica este tipo de comunicação como uma alternativa aos grupos midiáticos tradicionais e aos sistemas hegemônicos. A escolha do período de análise se deve ao fato de acompanhar os primeiros meses de atuação dos portais pesquisados. Este artigo revela ainda a fragilidade dos estudos tradicionais dos gêneros jornalísticos.

Palavras-chave: Comunicação alternativa; Gêneros jornalísticos; Jornalismo digital; Portais jornalísticos.

Introdução

O jornalismo multimídia vem ganhando espaço à medida que as novas tecnologias avançam. A internet é um exemplo que significou também um avanço democrático, uma vez que ela se torna opção como meio de transmissão de informação e prática do jornalismo, onde emissor e receptor da informação ocupam o mesmo nível – a rede. Ferrari (2003) diz que por mais de cinco décadas a TV tradicional reinou absoluta, desempenhando o papel de mídia de massa. Foi com o surgimento da internet, no final da década de 1980, e a prática do jornalismo online, em meados de 1995, pioneiramente nos EUA, que a nova mídia começou a se mostrar ao mundo como um potencial instrumento para o jornalismo, chegando a estremecer o tradicional e soberano jornal impresso.

Quase 30 anos se passaram, e hoje a internet se mostra novamente como um instrumento fundamental para o jornalismo. Desta vez, porém, para o jornalismo alternativo. Aproveitando as vantagens oferecidas pela rede (DOWNING, 2002), o

¹ Trabalho apresentado no IJ1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Estudante de Graduação 7º período do curso de Jornalismo da Univali-SC, email: daianedesouza47@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Jornalismo da Univali-SC, email: andre.pinheiro@univali.br

jornalismo, por meio de veículos de comunicação alternativa, tem se revelado uma ferramenta bastante importante para as causas e movimentos sociais e na luta contra o sistema hegemônico. Um dos objetivos desse tipo de comunicação, segundo Grinberg (apud TAVARES, 2004), é apresentar-se como uma alternativa ao modelo tradicional e comercial de mídia, atuando junto aos grupos sociais marginalizados e muitas vezes não representados pelos grandes conglomerados midiáticos.

Tal modelo tem ganhado força no Brasil devido, principalmente, à militância na internet. O atual contexto político-social do país revela, entre outros aspectos, o envolvimento da população em causas sociais e políticas. Discussões que antes eram vistas como exclusivas às classes de intelectuais, e que muitas vezes passavam despercebidas pela comunidade em geral (ou simplesmente não eram abertas para debate e participação popular), hoje são motivo de reivindicação e mobilização social em todo o país – mesmo quando o grupo mais afetado seja considerado uma minoria social, como a comunidade LGBT (lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, transexuais e simpatizantes), grupos feministas, comunidades carcerárias e outras populações marginalizadas.

Exemplo disso foram as manifestações do final do mês de maio de 2016, após a denúncia do crime de estupro coletivo praticado por 33 homens contra uma adolescente de 16 anos em uma comunidade na periferia do Rio de Janeiro. Poucos dias após a divulgação do crime e seus desdobramentos, milhares de ativistas ganharam as ruas de muitas cidades do país protestando contra a cultura do estupro⁴. Manifestações sociais desse tipo ganham força na internet, que serve como aliada ao divulgar tais eventos e também como alternativa para manter a população informada dos fatos atuais, propondo discussões sobre temas que muitas vezes são excluídos das pautas dos grandes veículos de mídia (DOWNING apud MORAES, 2007). Esse cenário se repete também em Florianópolis, que acompanhou nos últimos meses o surgimento de novos veículos jornalísticos, que prometem oferecer uma alternativa ao modelo de mídia tradicional e comercial.

Além de ser a capital de Santa Catarina, Florianópolis representa um papel determinante de militância social no estado. Por sua localização geográfica e importância política e social – devido, entre outros motivos, à presença da

⁴ Para a Organização das Nações Unidas (ONU), a expressão “cultura do estupro” é usada para “abordar as maneiras em que a sociedade culpa as vítimas de assédio sexual e normaliza o comportamento sexual violento dos homens”. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/por-que-falamos-de-cultura-do-estupro/>>. Acesso em 09 nov. 2016.

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), das sedes de sindicatos e da atuação de atores sociais dos mais diversos nichos – a participação popular se mostra ativa nos movimentos sociais em vários ambientes da cidade, sejam físicos ou virtuais.

Em Florianópolis são produzidos portais online que podem ser classificados como praticantes do jornalismo alternativo, por produzirem conteúdo jornalístico voltado à realidade e interesses de classes sociais sem estarem ligados a grandes empresas jornalísticas. Carlos Hurtado (apud TAVARES, 2004) define este tipo de mídia como uma alternativa ao modelo político dominante, além de ser outra opção aos meios midiáticos tradicionais.

Neste artigo interessam-nos especificamente os seguintes portais jornalísticos: Maruim⁵, Farol Reportagem⁶ e Catarinas⁷. A partir destes objetos de análise temos a intenção de responder à seguinte questão: quais os gêneros jornalísticos praticados por esses portais de jornalismo alternativo em Santa Catarina? Este estudo tem, portanto, o objetivo de identificar os gêneros e formatos jornalísticos praticados pelos portais analisados, bem como apontar quais gêneros e formatos aparecem com maior frequência, além de identificar os temas presentes nas produções jornalísticas de cada um deles. Neste estudo foram analisados os gêneros jornalísticos presentes nas publicações dos veículos de comunicação catarinenses, realizadas no período entre 28/07/2016 e 01/09/2016 em seus portais online. As análises têm como base a classificação de gêneros jornalísticos proposta por José Marques de Melo e Luiz Beltrão.

Jornalismo Digital

Desde a sua disseminação, em meados dos anos 1990, a internet tem expandido as possibilidades das relações e atividades humanas, atuando como uma esfera pública⁸ em potencial. Pierre Lévy (1999, p.32) explica que as tecnologias digitais tornaram possíveis a cibercultura⁹ e servem “como infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de

⁵ Disponível em: <<http://maruim.org/>>. Acesso em 02 nov. 2016.

⁶ Disponível em: <<http://www.farolreportagem.com.br/>>. Acesso em 02 nov. 2016.

⁷ Disponível em: <<http://catarinas.info/>>. Acesso em 02 nov. 2016

⁸ Usamos o conceito de esfera pública conforme Habermas (2014), que a define como um espaço para a expressão e comunicação, que pode favorecer a inteligência coletiva, sendo capaz de promover uma existência igual entre os homens.

⁹ Lévy (1999, p. 17) define o termo cibercultura como “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o desenvolvimento do ciberespaço”.

transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento”. Dessa forma, “o ciberespaço, dispositivo de comunicação interativo e comunitário, apresenta-se justamente como um dos instrumentos privilegiados da inteligência coletiva” (LÉVY, 1999, p. 27).

Henry Jenkins (2006 p. 55) explica que a inteligência coletiva, mencionada por Pierre Lévy, se refere à “capacidade das comunidades virtuais de alavancar a expertise combinada de seus membros”. Ou seja, o que antes não era possível ser realizado sozinho, com o auxílio da internet passa a ser feito de maneira coletiva, permitindo a esses grupos maior poder nas negociações com os produtos midiáticos. À medida que a inteligência coletiva se desenvolve, o questionamento aos mais diversos poderes ganha força e os indivíduos e grupos sofrem menos com os efeitos da exclusão, resultante de movimentos tecnossociais.

Felipe Pena (2006) considera que a internet propiciou mudanças revolucionárias na vida em sociedade em diversos aspectos, e a classifica, em relação ao jornalismo, como agente descentralizador da informação, por meio de blogs, portais e websites. Entende-se por jornalismo digital todos os noticiários, sites e produtos que surgiram diretamente na web. Pollyana Ferrari (2003) estabelece que o jornalismo digital não pode ser definido apenas como o trabalho de produzir ou colocar reportagens na internet, e que entender o poder e a forma de funcionamento da mídia online é o primeiro passo para instalar e construir produtos inovadores do ponto de vista editorial.

John Downing (apud MORAES, 2007) defende que a comunicação em rede se torna importante para os movimentos sociais por duas razões principais. A primeira delas é interna, uma vez que facilita a mobilização e organização desses movimentos; e também externa, pois possibilita que os espaços de divulgação e articulação desses ideais sejam expandidos.

Comunicação Contra-Hegemônica

Hegemonia é um termo militar de origem grega, derivado de *eghestai*, que significa conduzir e liderar, ou do verbo *eghemonuo*, que quer dizer comandar, ser o senhor. Um exemplo de papel hegemônico, no sentido original, seria a figura de um comandante do exército. Atualmente a ideia de hegemonia é empregada com o sentido de dominação por consentimento (GÓES, 2008).

De acordo com Góes (2008), o pensador Antônio Gramsci defendia que a hegemonia vai além do aspecto político. Ela engloba outros pontos, como a moral e questões ideológicas, determinadas por fatores como a cultura, religião, filosofia e ciência que, atuando junto com a política e a economia, produzem um pensamento dominante de uma classe sobre outra.

A internet é uma grande aliada da comunicação como um todo, em especial da comunicação contra-hegemônica, pois, segundo Lévy (*apud* MORAES, 2007), engloba textos, imagens e sons, tornando viável a produção de conteúdo multimídia e organizando os materiais por temas, de acordo com as preferências do consumidor/leitor/internauta, deixando de lado as grades de programação pré-estabelecidas dos outros veículos tradicionais. Segundo Moraes,

a rede mundial de computadores tem permitido experiências de produção e difusão informativa com sentido contra-hegemônico – isto é, de questionamento do neoliberalismo e da ideologia mercantilista da globalização, bem como de denúncia de seus efeitos anti-sociais (MORAES, 2007, p. 1).

O autor acredita que algumas características da internet, como sua abrangência global, rapidez e instantaneidade, transmissão descentralizada, barateamento de custos “e a autonomia frente às diretivas ideológicas e mercadológicas da mídia hegemônica são as vantagens mais usufruídas” pela comunicação contra-hegemônica (MORAES 2007, p.6).

Peruzzo (2006, p. 4) apresenta a comunicação alternativa e popular como um método aliado à luta contra o sistema hegemônico. Este tipo de comunicação seria, então, um processo democrático e educativo, além de “um instrumento político das classes subalternas para externar sua concepção de mundo, seu anseio e compromisso na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa”. Neste tipo de comunicação é o povo que ocupa o papel de protagonista.

Comunicação Alternativa

A expressão “comunicação alternativa”, que também pode ser denominada comunicação popular, participativa, horizontal, comunitária e dialógica, é típica do período entre os anos 1960 a 1980, e designa tanto a comunicação popular quanto a “imprensa não alinhada à linha de mídia tradicional, então sob a batuta da censura do regime militar no Brasil” (PERUZZO, 2006, p. 7). De acordo com Regina Festa, este

tipo de comunicação atua como modo de expressão das classes populares e surgiu “a partir dos movimentos sociais, mas, sobretudo da emergência do movimento operário e sindical, tanto na cidade como no campo” (FESTA apud PERUZZO, 2007, p.3). Bernardo Kucinski aponta três atores sociais que teriam influenciado a formação da imprensa alternativa brasileira:

as esquerdas, com desejo de protagonizar transformações; jornalistas buscando alternativas ao fechamento de seus espaços na grande imprensa; e intelectuais encurralados pelo ambiente repressivo que se instalou nas universidades (KUCINSKI apud STRELOW, 2005, p.3).

Grinberg (apud TAVARES, 2004) sugere o termo comunicação alternativa para definir os grupos midiáticos que se opõem àqueles que usufruem do controle dos meios para tirar proveito de setores privilegiados. Seria, então, um método de resistência aos meios tradicionais de comunicação, fazendo frente ao poder instituído, aos governos ditatoriais e à exclusão das categorias com menor representatividade.

Hurtado (1992 apud TAVARES, 2004) defende que a comunicação alternativa precisa ser e expressar também uma opção ao modelo político dominante. De acordo com o autor, a comunicação popular não deve limitar-se somente em ser contrapartida aos outros meios, maciços e manipuladores. Nesse sentido, Cicilia Peruzzo (2006, p. 8) afirma que um veículo midiático pode ser caracterizado como alternativo pelo fato de “representar uma opção enquanto fonte de informação, pelo conteúdo que oferece e pelo tipo de abordagem”.

Para Downing (apud GÓES, 2008), sempre haverá algo alternativo a alguma coisa, independentemente do ponto de vista. Ele defende que a mídia alternativa e radical dá mais peso e importância aos movimentos sociais do que é noticiado nas instituições midiáticas tradicionais. Esta mídia, que compactua dos valores de movimentos sociais, expressa visões diferentes às políticas, perspectivas e prioridades hegemônicas. Atua de maneira a fornecer ao público fatos que muitas vezes lhe são encobertos, além de buscar maneiras de questionar o processo hegemônico, fortalecendo a confiança do público em seu poder de transformar e apontar mudanças construtivas.

Harcup (apud GÓES 2008) defende que a mídia alternativa direciona sua atenção ao marginal, oferecendo uma perspectiva de baixo e abordando temas que a imprensa massiva geralmente ignora, tendendo a privilegiar o poder. De acordo com Laércio de Góes, apesar de em algumas circunstâncias a mídia tradicional cobrir

temas alternativos, ela não visa mudanças no *status quo*. “A intenção não é transformação social. É combater o problema, não suas causas”, afirma Góes (2008, p. 13).

Peruzzo (2006, p. 9) aponta os princípios nos quais a comunicação alternativa se baseia: “não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania”.

Segundo Góes (2008), contrariando os modelos capitalistas de mídia, que enxergam a informação como moeda, a comunicação contra-hegemônica apresenta uma proposta cooperativa, que se torna possível devido ao trabalho voluntário e militante dos profissionais envolvidos em todos os processos – redação, edição e atualização das páginas, organização da base de dados, montagem e manutenção de redes. Porém, o cooperativismo esbarra em questões financeiras, tecnológicas e logísticas, que nem sempre podem ser sanadas com o voluntariado. Nesses casos o financiamento provém de doações de apoiadores, eventuais patrocínios ou incentivos não-comerciais e a divisão de cotas entre os usuários.

Aproveitando as características oferecidas pela internet para os movimentos sociais e a comunicação contra-hegemônica, conforme apontam Moraes e Lévy, os veículos jornalísticos que produzem conteúdo alternativo na internet vêm ganhando espaço no estado de Santa Catarina, em especial na região de Florianópolis. Em 2016 a capital catarinense viu surgir os portais Farol Reportagem e Catarinas, e acompanhou o lançamento do novo endereço online do portal Maruim.

Os Portais

Em Florianópolis são produzidos os portais jornalísticos Maruim, Farol Reportagem e Catarinas, objetos de análise deste artigo e que se enquadram na definição de comunicação alternativa por Peruzzo (2006) e Hurtado (1992 apud TAVARES 2004). Os três veículos de comunicação podem ser considerados portais devido às suas características, que condizem com as definições de portal por Ferrari (2003). De acordo com Ferrari, os portais online visam atrair a atenção de seus visitantes, apresentando a eles, já na página inicial, chamadas para conteúdos diferentes, de várias áreas de interesse. O método ajuda a formar “comunidades” de

leitores digitais que se reúnem em torno de interesses em comum, na busca por mais detalhes de determinada categoria.

Ferrari (2003) os divide, ainda, em duas categorias: verticais e horizontais. Os portais horizontais abordam assuntos variados, enquanto os verticais são segmentados em assuntos específicos e possuem público-alvo determinado. Podemos classificar os objetos analisados como verticais, pois todos limitam e segmentam os assuntos abordados, como feminismo, direitos humanos e dados públicos, e dirigem-se a públicos-alvos interessados em tais temas.

O portal Catarinas foi fundado em maio de 2016 pelas jornalistas Clarissa Peixoto, Ana Claudia Araujo e Paula Guimarães, e a consultora de projetos em feminismo, gênero e sexualidade, Kelly Vieira. Se autodenomina o primeiro portal feminista no Brasil e sua intenção é produzir jornalismo especializado em gênero, buscando apresentar perspectivas diferentes daquelas difundidas pelas grandes mídias. Conta também com a colaboração de outras dez profissionais de diferentes áreas. O Catarinas pretende lançar em breve a ferramenta “Clube somos muitas”, uma proposta que visa financiar a produção de conteúdo do portal. O portal possui seis abas no cabeçalho da página: “Notícias”, “Colunistas”, “Biblioteca”, “Somos Muitas”, “Contatos” e “Apoie Catarinas”. A produção jornalística do portal se encontra na aba “Notícias” e é dividida em dez editorias – elas “Aborto”, “Cultura”, “Direitos”, “Editorial”, “Educação”, “Especiais”, “Feminicídios e violências”, “Feminismos”, “Políticas” e “Saúde”. Em 02/11/2016 o portal Catarinas possuía 9.746 curtidas em seu perfil¹⁰ no Facebook.

O Farol Reportagem foi fundado em junho de 2016 pelo jornalista Lúcio Lambranhó e tem como pilares a transparência, os dados públicos e os direitos humanos. O portal é financiado por meio de doações e assinaturas. A assinatura mensal é fixada no valor de R\$10, que garante ao assinante exclusividade em ações e eventos promovidos pelo portal, enquanto as doações de valores a partir de R\$ 20 ajudam nos gastos fixos. Os colaboradores são remunerados e não é informada a quantidade de pessoas que trabalham no portal, além do fundador. O Farol Reportagem se dispõe a reverter os valores arrecadados em especialização e capacitação da equipe de colaboradores. O portal possui cinco abas fixas da parte superior: “Início”, “Quem Somos”, “#Viva a Reportagem”, “Assine o Farol” e “Contato”. As publicações não

¹⁰ Disponível em: <<https://www.facebook.com/portalcatarinas/?fref=ts>>. Acesso em 02 nov. 2016.

são divididas em editorias, apenas lhes são acrescentadas *tags* referentes aos assuntos abordados. Em 02/11/2016 a página¹¹ do Farol Reportagem possuía 2.034 curtidas no Facebook.

O portal Maruim – Associação Coletivo de Jornalismo surgiu em 2014 e teve sua nova plataforma online lançada em agosto de 2016. O portal Maruim não possui fins lucrativos e é produzido por uma equipe de quinze colaboradores, composta por estudantes de jornalismo e profissionais recém-formados, além do Conselho Consultivo, formado por sete jornalistas especializados em diferentes áreas e que atuam como editores. A página inicial do portal possui sete abas fixas: “Notícias”, “Especiais”, “Audiovisual”, “Opinião”, “Quem Somos”, “Participe” e “Financie”. A produção jornalística do portal é dividida em 18 editorias: “Administração Pública”, “Arte e Cultura”, “Brasil”, “Comunicação”, “Educação”, “Espaço Público”, “Florianópolis”, “Grande Florianópolis”, “Gentes”, “Lutas por Direitos”, “Meio Ambiente”, “Mobilidade”, “Moradia”, “Mulher”, “Mundo”, “Saúde”, “Segurança Pública” e “Trabalho”. O acesso é gratuito e todos os colaboradores atuam de maneira voluntária. Em 02/11/2016, em sua conta¹² no Facebook, o portal contava com 9.526 curtidas.

Análise De Conteúdo

Para a produção deste artigo adotamos a metodologia de Análise de Conteúdo. Bernard Berelson (apud HERSCOVITZ, 2007) definiu o método como “uma técnica de pesquisa para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”.

Apesar de os objetos de análise desse estudo se tratarem de portais online e, por este motivo, segundo Lévy (1999), possuírem elementos multimídia, consideramos apenas a produção textual a fim de identificar e classificar os gêneros jornalísticos, seus formatos e os temas predominantes nos veículos de comunicação estudados.

Para a análise foram considerados os textos produzidos e publicados pelos veículos de comunicação Catarinas, Farol Reportagem e Maruim em seus respectivos portais online durante 34 dias – entre os dias 28 de julho e 01 de setembro de 2016. O período de análise acompanha os primeiros meses de atuação dos três portais

¹¹ Disponível: <<https://www.facebook.com/farolreportagem/?fref=ts>>. Acesso em 02 nov. 2016.

¹² Disponível: <<https://www.facebook.com/midiamaruim/?fref=ts>>. Acesso em 02 nov. 2016.

analisados. Ao todo, 72 textos foram analisados, dos quais 55 foram publicados pelo portal Catarinas, 13 pelo portal Maruim e quatro pelo Farol Reportagem.

Após o período de observação e leitura flutuante do material coletado para análise, os dados foram agrupados em dois tipos diferentes de categoria. Primeiro, a observação se deu em relação ao gênero jornalístico e os formatos jornalísticos praticados pelos portais. Em seguida, a observação categorizou os temas encontrados nas publicações dos objetos de análise durante o período determinado.

Gêneros Jornalísticos

Os estudos acerca dos gêneros jornalísticos tiveram início no Brasil na década de 1960, com a trilogia assinada por Luiz Beltrão – “A imprensa informativa” (1969), “Jornalismo interpretativo” (1976) e “Jornalismo Opinitivo” (1980). De maneira geral, Beltrão (apud MELO; ASSIS, 2010) considera que o jornalismo está baseado em três categorias: informativa, interpretativa e opinativa. Tomamos como base, porém, os estudos mais recentes de Marques de Melo que, a partir de 2003, inclui outras duas categorias aos gêneros jornalísticos estabelecidos por Beltrão: utilitário e diversional.

Lia Seixas (2013) propõe alguns questionamentos às classificações de gêneros jornalísticos no Brasil, estipuladas por Beltrão (1980) e reorganizadas por Melo (2010). De acordo com ela, as definições pioneiras são fundamentadas basicamente em função e finalidade, não considerando aspectos importantes para o jornalismo como a amplitude e vasta existência de estruturas textuais e seus formatos em novas plataformas, além dos valores-notícia e enfoque. Seixas (2013) sugere uma nova metodologia para verificar os gêneros jornalísticos presentes em plataformas online, introduzindo a categoria “sequência” ao processo de análise. As sequências fazem parte da estrutura dos textos e atuam como blocos de ligação com o conteúdo total. Dessa forma, “um texto argumentativo pode conter diversas sequências, entre as quais narrativa, descritiva, dialogal, explicativa/expositiva, além da argumentativa” (SEIXAS 2013, p. 167).

Apesar dos questionamentos de Lia Seixas, neste estudo daremos preferência às classificações de gêneros jornalísticos de Marques de Melo (2010), por sua consolidação e reconhecimento. Em relação aos portais analisados, o gênero que se sobressai é o Informativo, com 44 publicações. Também se fazem presentes os gêneros Opinitivo (20), Diversional (4) Interpretativo (3) e Utilitário (1).

A predominância do gênero informativo se repete também ao analisarmos os portais individualmente. No portal Catarinas, o gênero se fez presente em 31 textos, sendo responsável por 56% do volume total produzido por este veículo. No Maruim, foram nove publicações do gênero, representando 62%, e o mesmo aconteceu em 100% dos textos publicados pelo Farol Reportagem.

Formatos

Marques de Melo (2010) classificou os gêneros jornalísticos em subcategorias, denominadas formatos. O gênero informativo foi dividido nos formatos Nota, Notícia, Reportagem e Entrevista. O gênero opinativo abrange os formatos Editorial, Comentário, Artigo, Resenha, Coluna, Crônica, Caricatura e Carta. As produções do gênero interpretativo são classificadas em Dossiê, Perfil, Enquete e Cronologia. Já o gênero utilitário é dividido pelos formatos Indicador, Cotação, Roteiro e Serviço. O gênero diversional inclui os formatos História de Interesse Humano e História Colorida.

De maneira geral, analisando as publicações dos três portais estudados, houve uma similaridade entre a utilização dos formatos Notícia e Reportagem, com 21 e 20 publicações respectivamente. Os formatos Artigo e Editorial tiveram seis publicações cada, seguidos por Comentário (5), História de Interesse Humano (4), Perfil (3), Crônica e Notas (2), enquanto Entrevista, Resenha, e Serviço contaram uma publicação cada.

Individualmente, o formato que predominou no portal Catarinas foi Reportagem, com 15 publicações que correspondem a 27% do total. O mesmo aconteceu no portal Farol Reportagem, com 100% dos textos no formato, enquanto o Maruim apresentou predominância de Notícia, com oito publicações no formato, representando 62% das produções.

Temas

Como visto por Downing (2002), a mídia alternativa e popular está diretamente ligada aos movimentos sociais. Este tipo de mídia, do qual os portais objetos de análise fazem parte, compactua com valores similares aos das minorias, dando a esses segmentos maior destaque do que costuma ser oferecido na mídia comercial. Os portais

de mídia alternativa seriam, então, responsáveis por coberturas jornalísticas alternativas às políticas e perspectivas veiculadas na mídia hegemônica e tradicional.

Dessa forma, este trabalho classifica os temas abordados pelos portais durante o período de análise, para verificar se eles exercem, de fato, uma cobertura ligada aos movimentos sociais. Foram estabelecidas sete categorias, que classificam os temas presentes nos 72 textos em: “Política”, “Feminismo”, “Mídia”, “Saúde”, “Políticas Públicas”, “Cultura” e “Direitos Humanos”.

O tema Política engloba, entre outros assuntos, a participação das minorias na política, manifestações sindicais, greves de funcionários públicos, impeachment da presidenta Dilma Roussef e manifestações populares contrárias a este processo. Também estão incluídas neste tema a auditoria de contas públicas, PEC 241 e Lei Antiterrorismo.

O tema Feminismo abrange pautas sobre direitos das mulheres, personalidades e artistas feministas, violência contra as mulheres, feminicídio e iniciativas feministas. O tema Saúde representa questões como a estrutura de hospitais públicos, surgimento de doenças e epidemias, saúde das populações marginalizadas, uso do anticoncepcional e legalização do aborto (questões vistas como relativas à saúde pública e não exclusivas aos debates feministas).

Estão ligadas ao tema Mídia assuntos como o contexto atual do jornalismo e a participação das minorias na mídia. Já o tema Direitos Humanos envolve pautas ligadas à comunidade prisional, LGBT, casos de racismo e ideologia de gênero na sociedade.

No tema Políticas Públicas estão contemplados assuntos como transporte coletivo e editais públicos. O tema Cultura engloba a participação das minorias sociais na cultura, produções culturais regionais, como maracatu, e cultura popular, como a dos engenhos de cangalha em Florianópolis.

De maneira geral, o tema predominante entre os portais é Cultura, presente em 20 publicações, seguido por Saúde (14), Feminismo (12), Direitos Humanos (7), Políticas Públicas (3) e Mídia (3).

No portal Catarinas o tema mais recorrente foi Cultura, em 18 produções, representando 30% do total. No portal Farol Reportagem o tema Saúde foi responsável por 50% das publicações, com dois textos do tema, acompanhado por Política e Direitos Humanos, com uma produção cada. Já no portal Maruim o tema Política se fez presente em 62% das publicações, com oito textos ligados ao assunto.

Considerações Finais

Ao final da análise é possível destacar alguns aspectos presentes nos portais de mídia alternativa em Florianópolis, representados pelos veículos Catarinas, Farol Reportagem e Maruim, e sobre os gêneros jornalísticos por eles praticados.

É possível concluir que o gênero informativo predomina de maneira absoluta entre os três veículos, que têm como principal característica a presença de notícias e reportagens em maior número. Essa característica atribui caráter informativo aos portais que, embora façam parte de uma plataforma digital e não estejam ligadas a grandes empresas jornalísticas, demonstram prezar por preceitos do jornalismo, como a instantaneidade, no caso das notícias, e o aprofundamento, no caso das reportagens.

A definição de gêneros jornalísticos de Melo (2010) se mostrou muitas vezes insuficiente durante o processo de análise dos conteúdos publicados, pois muitos textos apresentam características de mais de um gênero, formando categorias híbridas. Outro empecilho foi justamente o fator multimídia das publicações online, que não são mencionadas no trabalho de Melo (2010), tornando difícil a classificação de gênero e limitando a análise aos aspectos textuais. Exemplo disso é a matéria “Ludmila é poder e é das nossas!¹³”, publicada pelo portal Catarinas em 02/08/16, que possui características do gênero informativo (entrevista), diversional (presença de detalhes e descrição de cenas – jornalismo literário) e interpretativo (perfil da entrevistada), além de conter elementos multimídia. Em casos como este foi preciso identificar o gênero que predominava e/ou se destacava para classificar tal produção, embora esta não fosse uma decisão unânime e imparcial.

Tais situações nos levaram a concordar com o posicionamento de Seixas (2013), ao defender que um produto jornalístico pode conter traços de vários gêneros e que, para categorizá-los de maneira mais precisa, o ideal seria analisar sua estrutura, fragmentando-a e analisando estes recortes de maneira individual, atribuindo a cada um deles um gênero jornalístico. Embora reconheçamos que este seria um método mais criterioso e efetivo, admitimos também que sua utilização se tornou inviável no momento, por exigir maior prazo de tempo e estrutura para as análises.

Nos 34 dias do período de análise foi possível identificar a presença massiva de temas e pautas ligados aos direitos humanos e às minorias sociais, característica que

¹³ Disponível em <<http://catarinas.info/ludmilla-e-poder-e-e-das-nossas/>>. Acesso em 19 out. 2016

legítima os portais com praticantes da comunicação alternativa e popular e pertencentes à mídia alternativa. Questões como a legalização do aborto, participação feminina na política, tortura em penitenciárias e transporte público em periferias – que aparecem entre os temas das publicações dos portais – são exemplos de cobertura do jornalismo alternativo que, segundo Downing (2002), concedem maior espaço e importância aos assuntos ligados aos movimentos e às classes sociais marginalizadas do que a mídia tradicional. Outro fator constatado é a presença de posicionamento nas escolhas das pautas. Conforme observou Downing (2002), os veículos de jornalismo alternativo compactuam com os valores das minorias sociais por eles retratados e, por esse motivo, garantem a esses grupos espaço e representatividade midiática.

Durante o período de análise, notou-se uma diferença considerável em relação ao volume de produção jornalística dos portais. Relacionamos isto ao fato de alguns terem uma quantidade muito superior de colaboradores em relação aos outros, como é o caso do portal Catarinas, que possui uma equipe formada por 13 pessoas e publicou 55 produções em 34 dias, enquanto o Farol Reportagem, que divulga apenas a colaboração de um jornalista e fundador, publicou quatro produções no mesmo período.

Os três portais analisados funcionam por meio do cooperativismo e do voluntariado, contrariando os modelos capitalistas da mídia tradicional – outra característica do jornalismo alternativo. Porém, conforme aponta Góes (2008), este modelo se depara com algumas barreiras e, para supri-las, conta com o financiamento coletivo e a divisão de cotas entre os usuários, por meio de iniciativas como o “Clube Somos Muitas”, do portal Catarinas, e a opção de assinatura do portal Farol Reportagem.

Este estudo mostra que é possível seguir os preceitos do jornalismo – como apuração, aprofundamento e instantaneidade – sem estar ligado a conglomerados midiáticos ou a empresas que enxergam a informação como moeda. O jornalismo alternativo, por meio dos portais analisados, se apresentou como uma ferramenta importante para a informação contra-hegemônica e para a discussão de causas e interesses das minorias sociais. Devido a suas características democráticas e descentralizadoras, a internet tem papel determinante para a funcionalidade do jornalismo alternativo, ao tornar possível que um maior número de pessoas tenha contato com os conteúdos produzidos, além da possibilidade de participar ativamente

na sugestão de pautas, sem que lhes seja cobrado qualquer tipo de valor – o que é possível devido ao barateamento de custos com a produção na internet e o voluntariado dos colaboradores.

Florianópolis e Santa Catarina ganham com a presença de portais como Catarinas, Farol Reportagem e Maruim. Tais meios de comunicação se apresentam como alternativa e opção aos veículos de mídia tradicional, ao produzirem conteúdo e informação contra-hegemônica gratuita e de fácil acesso.

Referências Bibliográficas

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2003

GÓES, Laércio de. Contra-hegemonia e Internet: Gramsci e a Mídia Alternativa dos Movimentos Sociais na Web. *Anais... IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste*, Salvador, 2007.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Org.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Umesp, 2010.

MORAES, Dênis de. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de La Información y Comunicación**, Aracajú, v.9, n.2, may/ago 2007. Disponível em: <<http://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/226/224>>. Acesso em: 17 out. 2016.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2006.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Revisando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. *Anais... XXIX Congresso de Ciências da Comunicação*. Brasília, 06 a 09/09/2006. Disponível em: <<http://unesav.com.br/ckfinder/userfiles/files/Revisitando%20os%20Conceitos%20de%20Comunicacao%20Popular.pdf>> . Acesso em: 15 out. 2016.

SEIXAS, Lia. **Teorias de jornalismo para gêneros jornalísticos**. São Paulo: Galaxia, 2013

STRELOW, Aline. Jornalismo alternativo no Rio Grande do Sul. PJ: Br, nº 5, 1. sem. 2005. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/ensaios5_d.htm>. Acesso em 10 set. 2016.

TAVARES, Elaine. **Jornalismo nas margens: Uma reflexão sobre a comunicação em comunidades empobrecidas**. Florianópolis: Companhia dos Loucos, 2004.