



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

MARIANA FERREIRA REIS

**DAS RUAS ÀS REDES:
RELAÇÕES DE PRODUÇÃO E COMUNICAÇÃO NOS NOVOS ARRANJOS DE
TRABALHO DO JORNALISTA CULTURAL**

Recife
2021

MARIANA FERREIRA REIS

**DAS RUAS ÀS REDES:
RELAÇÕES DE PRODUÇÃO E COMUNICAÇÃO NOS NOVOS ARRANJOS DE
TRABALHO DO JORNALISTA CULTURAL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutora em Comunicação.

Área de Concentração: Comunicação

Orientadora: Profa. Dra. Isaltina Maria Azevedo de Mello Gomes

Coorientador: Prof. Dr. Diego Andres Salcedo

Recife
2021

Catálogo na fonte
Bibliotecária Mariana de Souza Alves – CRB-4/2105

R375d Reis, Mariana Ferreira
Das ruas às redes: relações de produção e comunicação nos novos arranjos de trabalho do jornalista cultural/ Mariana Ferreira Reis – Recife, 2021.
159p., il.

Orientadora: Isaltina Maria Azevedo de Mello Gomes.
Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2021.

Inclui referências e apêndice.

1. Comunicação. 2. Jornalismo Contemporâneo. 3. Mundo do Trabalho. 4. Jornalismo Cultural. 5. Mídia Independente. 6. Redes. I. Gomes, Isaltina Maria Azevedo de Mello (Orientadora). II. Título.

302.23 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2021-199)

MARIANA FERREIRA REIS

TÍTULO DO TRABALHO: “Das ruas às redes: relações de produção e comunicação nos novos arranjos de trabalho do jornalista cultural”.

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação.

Aprovada em: 16.06.2021

BANCA EXAMINADORA

PROFA. ISALTINA MARIA DE AZEVEDO MELLO GOMES
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

PROF. DIEGO ANDRES SALCEDO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

PROF. THIAGO SOARES
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

PROFA. CRISTINA TEIXEIRA VIEIRA DE MELO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

PROFA. ROSELI APARECIDA FIGARO PAULINO
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - USP

PROFA. MARIA SALETT TAUK SANTOS
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO

Aos meus avós, e aos avós dos meus avós: os primeiros a fazerem a travessia desde África até a Bahia.

Aos jovens jornalistas. E aos antigos, para manter o brilho no olho.

AGRADECIMENTOS

Eu vim de lá, eu vim de lá pequenininho...
Alguém me avisou pra pisar nesse chão devagarinho
(Dona Ivone Lara)

A gente não anda só. Escrever é um ato solitário, mas a produção do conhecimento é uma experiência coletiva. Superar os riscos inerentes à análise de um *corpus* vivo, pulsante, só foi possível pelo suporte de tanta gente. Desafio é lembrar de todo mundo que compartilhou ideias, leituras, sugestões e críticas. Talvez, a memória, falível, deixe escapar um ou outro nome, mas, ao longo destas páginas, trago um bocadinho de todos vocês que contribuíram de alguma forma para a costura desta tese: “eu sozinha ando bem, mas com vocês ando melhor”!

Aos ancestrais, na certeza de proteção e bênção. Aos meus pais, Ernande Reis (*in memoriam*) e Isavalda Lima, primeiros mentores, por estimular o gosto pelo mundo da palavra desde cedo. Gratidão em especial à minha mãe por proporcionar a experiência de viver a universidade desde a infância, primeiro na Universidade Federal de Alagoas (UFAL) e, depois, já na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), no *Domingo no Campus* ou nas férias na Biblioteca Central. Às Profa. Ana Veloso, Profa. Cristina Teixeira, Profa. Adriana Santana (UFPE) pelo constante incentivo à continuidade da minha trajetória acadêmica. Vocês me inspiram.

À Profa. Ângela Prysthon por me orientar num trabalho de graduação que reverbera na minha vida acadêmica e na minha vida-vida até hoje. À Profa. Yvana Fachine por me lembrar lá na banca do trabalho de conclusão de curso de graduação que jornalismo é feito na rua (e agora, também nas redes e em rede). À Profa. Salett Tauk, orientadora do mestrado que se tornou grande incentivadora. Aos orientadores Profa. Isaltina Gomes e Prof. Diego Salcedo, agradeço pela paciência, confiança e leveza na condução do processo. Aos professores Roseli Figaro (USP) e Thiago Soares (UFPE) pelas preciosas contribuições na banca de qualificação.

À Coordenação de Aperfeiçoamento ao Pessoal de Nível Superior (Capes), que proporcionou o financiamento da pesquisa. Ao Centro de Comunicação e Artes (CAC) da UFPE, que me recebeu exatamente uma década depois da conclusão da graduação em Comunicação Social/Jornalismo, nessa mesma universidade. Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM). Ao corpo docente do Departamento de Comunicação — por proporcionar a *práxis* na produção semanal do *Programa Fora da Curva* (Rádio Universitária FM) durante o período em que pude me dedicar voluntariamente ao

projeto, em 2016. À equipe técnico-administrativa, especialmente da secretaria do PPGCOM, Cláudia Badaró, José Carlos Gomes e Roberta Melo pela atenção, zelo e presteza.

Aos colegas da pós-graduação: Caroline Almeida, Maria Cardozo, Rafael de Queiroz, Pedro Severien — porque a gente não separa vida, academia e lutas. A Amanda Tavares de Melo e Mariana Banja pelos cuidados e trocas no primeiro ano. A Yara Medeiros por possibilitar o primeiro contato com o CPCT durante o Ibercom em Portugal no ano de 2017. A Alexandre Maciel, Daniel Meirinho e Rodrigo Aragão pelas referências no campo do jornalismo. A Ludimilla Wanderlei, Carolina Cavalcanti e Talita Rampazzo pelo apoio, dicas valiosas e amizade.

A Ana Roberta pelas transcrições das entrevistas; a Joaquina Melo, querida amiga-irmã, pelo *abstract*. A Mariana Andrade, pela cuidadosa revisão de texto. A Pedro Caribé pela entrevista concedida como fonte primária sobre o contexto das políticas de comunicação e cultura na Bahia. A Cris e toda a família do Café Leon, meus vizinhos no coração do centro do Recife: ora lugar para entrevistas, ora espaço de refúgio para descansar a mente e seguir com a escrita. Ao Centro de Cultura Luiz Freire (CCLF), casa supracitada nas entrevistas de campo, pelas oportunidades de acolhidas de sempre.

À Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP) e, especificamente, à Profa. Roseli Figaro e aos colegas do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) pelo diálogo e construção coletiva de saberes, na contramão da ideia generalista de uma produção acadêmica isolada dos pares. Juntos somos mais. A Val Lima, Alessandra Gomes, Elen Taline e Patrícia Horta pelas hospedagens solidárias e acolhidas afetuosas durante as temporadas em terras paulistanas e baianas. A Monyse Ravenna pela firmeza das palavras e por desanuviar as ideias.

Ao meu padrinho, Eduardo Oliveira, pelo suporte emocional e espiritual mesmo do outro lado do Oceano Atlântico. À minha família de axé, pela fortaleza e confiança. Ao Terral Coletivo de Comunicação Popular, grata pela ampliação dos horizontes — levo vocês comigo. Aos jornalistas independentes, trabalhadoras e trabalhadores da comunicação, cujas disponibilidade e generosidade viabilizaram esta pesquisa: estamos em coletivo! Aos estudantes e comunicadores populares que me recebem muito além da sala de aula, sinto-me agradecida por provocarem em mim o (re)encantamento diário pela comunicação e pela educação como ofícios. Avante!

RESUMO

Esta tese é fruto de investigação que buscou, a partir de pesquisa qualitativa e exploratória, verificar novas formas de organização de trabalho dos jornalistas culturais que atuam em mídia independente, nos estados de Pernambuco e da Bahia, na região nordeste do Brasil. Tal inquietação surgiu de indícios de profundas transformações no mundo do trabalho do jornalista contemporâneo, refletindo-se não só nas práticas, mas na autonomia, na sustentabilidade, nas relações de comunicação e nas condições de produção. A partir de entrevistas semiestruturadas e em profundidade com integrantes de grupos jornalísticos culturais nos dois estados, revelaram-se aspectos levantados em uma das hipóteses, como precariedade do trabalho do jornalista; mas também foi possível aferir a criação de novos postos de trabalho na área; a percepção do profissional também como gestor da comunicação; o papel de políticas públicas para a sustentabilidade desses grupos e a articulação de parcerias com ONGs, universidades e outros grupos de mídia independente, permitindo atuação em rede, um dos indicadores do desenvolvimento local.

Palavras-chave: Jornalismo Contemporâneo; Mundo do Trabalho; Jornalismo Cultural; Mídia Independente; Redes.

ABSTRACT

This thesis is the result of an investigation that sought, based on qualitative and exploratory research, to verify new forms of work organization for journalists working in independent media, in the states of Pernambuco and Bahia, in the northeast region of Brazil. Such concern arose from evidence of profound transformations in the world of the contemporary journalist's work, reflected not only in practices, but in autonomy, sustainability and in the relations of production and communication. From semi-structured and in-depth interviews with members of cultural journalistic groups in both states, aspects were raised in one of the hypotheses revealed, such as the precariousness of the journalist's work; but it was also possible to measure the creation of new jobs in the area; the perception of the professional also as a communication manager; the role of public policies for the sustainability of these groups and the articulation of partnerships with NGOs, universities and other groups of independent media, allowing network activities to happen, which is one of the indicators of local development.

Keywords: Contemporary Journalism; World of Work; Cultural Journalism; Independent Media; Networks.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 —	Mapa do Jornalismo Independente no Brasil	23
Figura 2 —	Mapa do Brasil com arranjos do trabalho do jornalista por região.	27
Figura 3 —	<i>Revista Outros Críticos</i> , versão impressa. Edição N. 12	28
Figura 4 —	Encontro de colaboradores da Rede Iteia Cultura Viva Bahia	30
Figura 5 —	Lançamento da 2ª edição da <i>Revista Plaf</i> , um produto da <i>Revista O Grito!</i> em outubro de 2018.....	31
Figura 6 —	Equipe da <i>Revista Gambiarra</i> (BA) na cobertura do Festival Suíça Bahiana, em outubro de 2018.....	32
Figura 7 —	<i>Frame</i> do Canal do <i>YouTube</i> do <i>Portal SoteroPreta</i> (BA). Entrevista com o músico Lazzo Matumbi. nov. 2018	34
Figura 8 —	Primeira campanha publicitária do <i>Portal Correio Nagô</i> (BA), em 2008	35
Figura 9 —	Quadros da Pesquisa Monitoramento de Propriedade da Mídia ...	55

LISTA DE SIGLAS

- Abepec** – Associação das Emissoras Públicas Educativas
- Abong** – Associação Brasileira de ONGs / Organizações em Defesa dos Direitos e Bens Comuns
- Abraço** – Associação Brasileira de Rádios Comunitárias
- Ancine** – Agência Nacional do Audiovisual
- ANF** – Agência de Notícias das Favelas
- Animage** – Festival Internacional de Animação de Pernambuco
- APL** – Arranjo Produtivo Local
- CA** – Centro Acadêmico
- CBN** – Central Brasileira de Notícias
- CBT** – Código Brasileiro de Telecomunicações
- CCLF** – Centro de Cultura Luiz Freire
- CCS** – Conselho de Comunicação Social
- CDTL** – Centro de Desenvolvimento de Tecnologias Livres
- Ceafro** – Centro de Educação para Igualdade Racial e de Gênero
- CEAO** – Centro de Estudos Afro-Orientais
- CEO** – *Chief Executive Officer*
- Cefet** – Centro Federal de Educação Tecnológica
- Cendhec** – Centro de Desenvolvimento Humano Dom Hélder Câmara
- Cepe** – Companhia Editora de Pernambuco
- CF** – Constituição Federal
- Chesf** – Companhia Hidrelétrica do São Francisco
- CMA** – Comunicação, Militância e Atitude Hip Hop
- CMI** – Centro de Mídia Independente
- CNPJ** – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
- Confecom** – Conferência Nacional de Comunicação
- CPCT** – Centro de Pesquisa Comunicação e Trabalho
- Cufa** – Central Única de Favelas
- Cris Brasil** – *Communication Rights in the Information Society Brasil*
- Decom** – Departamento de Comunicação Social
- EBC** – Empresa Brasileira de Comunicação

Eita – Educação, Informação e Tecnologia para Autogestão
Enecos – Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação
EPC – Empresa Pernambuco de Comunicação
ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing
Fenaj – Federação Nacional dos Jornalistas
FG – Faculdade Guararapes
FIC – Fundo de Incentivo à Cultura
FIG – Festival de Inverno de Garanhuns
FNDC – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação
Fopecom – Fórum Pernambucano de Comunicação
FSA – Fundo Setorial do Audiovisual
Funceb – Fundação Cultural do Estado da Bahia
Funcultura – Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura
Fundarpe – Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco
Gajop – Gabinete Jurídico de Apoio a Organizações Populares
GT – Grupo de Trabalho
HQ – História em Quadrinhos
HTML – *Hyper Text Markup Language*
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IF – Instituto Federal
IFBA – Instituto Federal da Bahia
IME – Instituto Mídia Étnica
INSS – Instituto Nacional do Seguro Social
Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social
Iphan – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
Irdeb – Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia
Iris – Instituto de Responsabilidade e Investimento Social
ISBN – *International Standard Book Number*
Iteia – Instituto Intercidadania
JC – Jornal do Commercio
JorGraf – Cooperativa de Jornalistas e Gráficos do Estado de Alagoas
LGBTQIA+ – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, *Queer*, Intersexo, Assexuais e outros gêneros.

MAB – Movimento Atingidos pelas Barragens
MCTI – Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações
ME – Microempresa
MEC – Ministério da Educação
MEI – Microempreendedor Individual
MinC – Ministério da Cultura
MMTR-NE – Movimento de Mulheres Trabalhadoras Rurais do Nordeste
MNDH – Movimento Nacional de Direitos Humanos
MNU – Movimento Negro Unificado
MOC – Movimento de Organização Comunitária
MOM – *Media Ownership Monitor*
MST – Movimento Sem Terra
MTE – Ministério do Trabalho e Emprego
MTV – *Viacom CBS/Music Television*
NE10 – Portal de notícias do Sistema Jornal do Commercio
NRTV – Núcleo de Rádios e TVs Universitárias da UFPE
PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro
Proext – Pró-Reitoria de Extensão
OAB – Ordem dos Advogados do Brasil
ONG – Organização não-governamental
Oscip – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
PCdoB – Partido Comunista do Brasil
PJ – Pessoa Jurídica
ProUni – Programa Universidade para Todos
PSOL – Partido Socialismo e Liberdade
PT – Partido dos Trabalhadores
RACC – Rede de Agentes Comunitários de Comunicação
Recifest – Festival de Cinema da Diversidade Sexual e de Gênero
RSF – Repórteres sem Fronteiras
R7 – Portal de Notícias do Grupo Record
Sinjope – Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Pernambuco
SBT – Sistema Brasileiro de Televisão
SIC – Sistema de Incentivo à Cultura

Sinjoba – Sindicato dos Jornalistas Profissionais da Bahia
Siren – Sistema de Rádio Educativa Nacional
SNC – Sistema Nacional de Cultura
SPHAN – Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
TCC – Trabalho de Conclusão de Curso
TED – *Technology; Entertainment; Design*
TICs – Tecnologias da Informação e da Comunicação
TVE – TV Educativa
TV NBR – TV Nacional do Brasil
TVU – TV Universitária
TVPE – TV Pernambuco
UCSal – Universidade Católica de Salvador
UESB – Universidade do Sudoeste da Bahia
UFBA – Universidade Federal da Bahia
UFC – Universidade Federal do Ceará
UFPA – Universidade Federal do Pará
UFPB – Universidade Federal da Paraíba
UFPE – Universidade Federal de Pernambuco
UFRB – Universidade do Recôncavo Baiano
UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro
UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina
UFTO – Universidade Federal do Tocantins
UNB – Universidade de Brasília
UNE – União Nacional dos Estudantes
Uneb – Universidade Estadual da Bahia
UNFPA – Fundo de População das Nações Unidas
Unicap – Universidade Católica de Pernambuco
Unifacs – Universidade da Cidade de Salvador
Unijorge – Universidade Jorge Amado
Unime – União Metropolitana de Educação e Cultura
Unisinos – Universidade do Vale do Rio dos Sinos
USP – Universidade de São Paulo
VMB – *Video Music Brasil*

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO	16
2 INTRODUÇÃO	20
2.1 Crônica de uma tese iniciada: há saídas para uma profissão em crise?	20
2.2 O Mapa do Jornalismo Independente como ponto de partida	22
2.3 A perspectiva teórico-metodológica: de objetos a sujeitos	36
2.4 Estruturação da Tese	41
3 COMUNICAÇÃO, CULTURA, MOVIMENTOS PELA DEMOCRATIZAÇÃO E COLETIVOS	43
3.1 Das relações entre comunicação e cultura	43
3.2 Itinerário das políticas de comunicação e cultura: entre o autoritarismo e a democracia	44
3.3 A iniciativa dos Pontos de Cultura	49
3.4 Políticas públicas locais e o incentivo às ações de comunicação e cultura	51
3.5 <i>Coronelismo eletrônico</i> e movimentos de luta pela democratização da comunicação no Brasil	53
3.6 <i>Mídia ativista, comunitária, popular, alternativa, independente, radical</i>	60
3.7 <i>Mídia independente em Pernambuco e na Bahia</i>	62
4 JORNALISMO E MUNDO DO TRABALHO	70
4.1 Jornalismo e os sentidos do trabalho	70
4.2 Condições do trabalho do jornalista na mídia tradicional e em outros espaços	76
4.3 Transformações no mundo do trabalho do jornalista	78
4.4 Jornalistas e trabalhadores: perfil dos entrevistados dos arranjos	80
5 ENTRE O FEIJÃO E O SONHO: (SOBRE)VIVENDO DE JORNALISMO CULTURAL	88
5.1 <i>Ganhar a vida</i> a partir do jornalismo	89
5.2 <i>Apráxis</i> jornalística nos arranjos	91
5.3 Características dos arranjos de jornalismo cultural	96
5.4 O jornalista como produtor cultural	99
5.5 O jornalista-gestor	105

5.6	Estruturação e organização dos arranjos jornalísticos culturais	109
6	NOVOS MODOS DE FAZER JORNALISMO: COLABORATIVO E EM REDE	115
6.1	Comunicação em tempos de redes	115
6.2	Comunidades de jornalistas	119
6.3	A dimensão inovadora e experimentadora dos arranjos	122
6.4	O jornalista como <i>formador e educador</i> — e o arranjo como laboratório	129
6.5	Jornalismo em rede e produção de memória	136
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	141
	REFERÊNCIAS	148
	APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTAS	157

1 APRESENTAÇÃO

Gosto de me definir como uma trabalhadora da comunicação, da educação e da cultura. O trabalho, na realidade, sempre me definiu, por estar tão presente em minha vida desde bem pequena. Quando criança gostava de brincar que era professora de minhas bonecas e que era locutora de rádio. Giz, quadro-negro e um rádio-gravador de fitas-cassete amarelo berrante eram meus brinquedos favoritos por volta dos seis a oito anos de idade. Quem diria que, adulta, enveredar-me-ia pelos caminhos das profissões de educadora e jornalista? Sem dúvidas, já estavam ali traços de algumas rotas que iriam ser trilhadas.

Meus pais, primeiros de ambas as suas famílias de origem a acessarem universidade pública e a serem funcionários públicos concursados, prezavam muito pela educação — não apenas escolar, formal, mas por uma formação cultural mais ampla. A lição não-enunciada era de que a educação é a única riqueza que ninguém pode nos tomar. E assim acumulávamos *capital cultural*. Eu morava num conjunto habitacional, mas estudava como bolsista num tradicional colégio olindense, vivendo, desse modo, todas as contradições inerentes a ser uma espécie de *classe média periférica*.

No ambiente familiar o acesso a livros era constante e consistente, fossem emprestados, de bibliotecas públicas, das quais já era frequentadora, doados por amigos, ou comprados, com muita alegria, em ocasiões especiais como aniversário ou Natal, no Beco dos Sebos ou na saudosa Livro Sete do centro do Recife. Também havia muitos livros em casa, organizados por assuntos nas prateleiras na estante de forma de que minhas mãos infantis pudessem alcançá-los de acordo com minha altura, idade e, conseqüentemente, condições de percepção do mundo: uma certa *esperteza* caseira a garantir, de modo informal, uma classificação indicativa de acesso a conteúdos, desde os clássicos infantis, na prateleira inferior, até os de conteúdo adulto, mais sérios, técnicos ou de linguagem difícil, no alto da estante, rente ao teto.

O ambiente de trabalho fazia parte da minha rotina infantil. Quando não estava na escola, passava meu tempo livre no trabalho dos outros, contando com a rede de apoio familiar — toda de mulheres trabalhadoras — para *olhar a criança*, enquanto trabalhavam. Assim, eram as tardes nas bibliotecas públicas, onde minha mãe era funcionária — e ali eu desenhava, pintava, lia, fazia as tarefas da escola e, a depender do que o espaço físico permitia, e mais pra frente, acessava teatrinho de mamulengos, jogos, e outras formas de entretenimento. Não fosse isso, eu estava nas escolas municipais e estaduais onde minha tia lecionava como professora ou

onde minha avó era escriturária, local cheio de papéis e carimbos e onde eu treinava caligrafia, assinatura, contas.

Então, trabalhar se fazia presente, com sacrifício, esforço, economia, mas também com gosto e gozo: para a família, sobretudo para as mulheres da família, a maioria, professoras da rede pública de ensino, trabalhar fora, ir pra rua, ganhar seu sustento e ter independência financeira era um lugar de dignidade e honra, conquistado e valorizado por si, por suas famílias e por seus pares na comunidade. Para ter alguma mínima autonomia financeira comecei a dar aulas de reforço escolar aos 14 anos de idade, em casa, para vizinhas mais novas, e aos 18, já na faculdade, comecei meu primeiro estágio, na Rádio Universitária AM, hoje Rádio Paulo Freire, para a partir daí e desde então aliar comunicação e educação como ofícios.

A cultura, o elemento que falta nesta tríade de como me defino, entraria na minha vida já no primeiro ano de formada, quando passei a atuar com pontos de cultura — o que rendeu amizades, uma dissertação de mestrado e um livro —, depois, ao atuar na equipe de assessoria de comunicação da Fundarpe e, posteriormente, como produtora em alguns projetos culturais. Mas o gosto pela arte e pelo fazer cultural, na verdade, estava por ali, de uma forma ou de outra, já como assídua leitora em bibliotecas, livrarias e frequentadora de cinemas públicos (Cinema São Luiz, Cine-Teatro do Parque, Cinema Apolo), locadoras e cineclubes, como o extinto Cineclubes Barravento, no CAC/UFPE.

Muitas vezes, minha trajetória é lembrada na fala de meus pares pela atuação na defesa dos direitos humanos e, até mesmo, por um certo ativismo. No entanto, eu diria que até mesmo este é definido pelo labor: foi a partir da atuação profissional junto a organizações não-governamentais — meu principal campo de trabalho nos últimos 15 anos — que passei a entender mais e melhor os caminhos do papel do comunicador como mediador e gestor de informações e o papel do jornalista na defesa dos direitos humanos e da democracia. Isso me levou a atuar mais diretamente no ativismo pela democratização da comunicação, em nível estadual, junto ao Fopecom e me juntar a um coletivo de comunicação popular, o Terral, voltado para a formação de comunicadores comunitários e colaboração profissional voluntária em movimentos de base e projetos sociais.

Isso foi, em alguma medida, o que me levou de volta à academia depois de tantos anos afastada: a necessidade de entender esse trabalhador e essa trabalhadora de hoje e quais as perspectivas para quem escolhe essa profissão nos dias atuais, seja por um certo romantismo, de querer “mudar o mundo”, mas também, e evidentemente, por precisar pagar as contas, sustentar-se. No fundo, no fundo, talvez, então, empreender esta pesquisa tenha sido uma

necessidade de entender a meus pares e a mim mesma, em última instância. Um ato de escutar essas trajetórias e sistematizar essas experiências — esse conhecimento sobre o nosso trabalho — para poder, de algum modo, prestar serviço para os estudantes, referenciá-los, a partir da empiria, para se pensar outras formas de fazer comunicação e jornalismo.

Quando decidi concorrer à seleção para o doutorado, estava em Brasília, acompanhando as agricultoras do Movimento de Mulheres Trabalhadoras Rurais do Nordeste (MMTR-NE) para a Marcha das Margaridas, encontro que reunia agricultoras e lideranças de comunidades tradicionais de todo o Brasil em defesa de seus direitos. A ideia era, depois da Marcha, encontrar amigas do Distrito Federal para passar alguns dias de descanso na Chapada dos Veadeiros, em Goiás. Mas não viajei de férias: voltei depressa ao Recife para escrever o projeto, as primeiras linhas do que viria a ser esta pesquisa que me levaria, aí sim, a percorrer mais de 1.194 quilômetros de estrada entre Recife, Salvador e Vitória da Conquista.

Ao longo dos quatro de pesquisa foi possível revisitar, nas falas dos entrevistados, espaços que fizeram parte da minha formação profissional, como o MOC, que conheci durante intercâmbio para conhecer experiências de rádio comunitária no Sertão baiano, em 2008; o *campus* da UFRB em Cachoeira, que conheci na fase das entrevistas, em 2019; a ONG Auçuba Comunicação e Educação e o Centro de Cultura Luiz Freire, referências em comunicação para os direitos humanos em Pernambuco e que fazem parte da minha trajetória desde graduanda. De fato, para mim, não há levantamento bibliográfico que se equipare ao prazer de se fazer pesquisa de campo.

Em 2019, na véspera da minha primeira entrevista de campo em Salvador, uma amiga me convidou para assistir a um *xirê* — cerimônia religiosa de culto a orixás — no Terreiro do Cobre, casa de candomblé onde sua irmã é *abian*¹. Localizado no bairro do Engenho Velho da Federação, o Terreiro do Cobre é um dos mais tradicionais da cidade, uma casa simples e antiga, gestada pelas matriarcas da religião. Aceitei o convite.

Era uma festa de *yabás*², na qual só as *orixás* femininas dançam, e foi onde, pela primeira vez, vi um *orixá*, Yemanjá, *suspender*³ um *ogan*⁴. Os *ogans*, todos de branco e muito bem vestidos, chamaram-me a atenção pelo traje. Qual não seria minha surpresa ao perceber que, no dia seguinte, eu reconheceria em um dos *ogans* presentes, André Santana, o meu

¹ Aprendiz numa casa de axé, pessoa ainda não-iniciada nos segredos do culto religioso.

² *Orixás* (ancestrais de matriz africana) femininas.

³ Ato em que uma pessoa incorporada com um *orixá* abraça um dos convidados e, assim, o escolhe para ter um cargo religioso na casa.

⁴ Cargo religioso de homens que zelam por uma casa de axé, responsável, dentre outras funções, por tocar atabaques e outros instrumentos religiosos nas cerimônias.

entrevistado do *Portal Correio Nagô*. Acredito que foi um auspicioso sinal de caminhos abertos para esta tese, que agora compartilho com vocês.

Boa leitura!

2 INTRODUÇÃO

Nem todo trajeto é reto
 Nem o mar é regular [...]
 Como um moinho que roda
 Traçando a linha sem fim
 E desbravando o futuro
 Girando em volta de mim
 (Cristiano Dinucci, 2012)

2.1 Crônica de uma tese iniciada⁵: há saídas para uma profissão em crise?

Todo problema de pesquisa surge de uma inquietação. No nosso caso, os primeiros sinais surgiram em meados de 2015. Vivia-se, então, um período de efervescência política e de cenários emergentes no campo da comunicação, com a emergência, na cena pública latino-americana, de novas forças políticas conservadoras na Venezuela, no Peru, no Uruguai e na Argentina, em meio às disputas eleitorais.

Em nosso país, o crescimento de uma ofensiva conservadora acompanhava a dinâmica latino-americana, e mesmo mundial, de aumento do desemprego e acirramento do conservadorismo em vários países da Europa e EUA, país que, no ano seguinte, elegeria para a presidência da República o conservador Donald Trump. Nos últimos anos, o Brasil havia vivenciado as então chamadas *jornadas de junho* de 2013, as disputadas eleições presidenciais de 2014, a chamada *primavera feminista* nas ruas, já em 2015.

Em meio a isso, o debate público nacional também passava por uma crescente polarização da opinião pública, que culminaria, no ano seguinte, no *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff e na ascensão de uma extrema-direita que se mostrou vitoriosa nas urnas, em outubro de 2018, em que pese, aí, o papel das mídias digitais, redes sociais e propagação de falsas notícias como pano de fundo conjuntural (FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO, 2015).

Mas, então, eis que se estava no primeiro semestre de 2015 e ainda não se sabia de nada disso. No campo pessoal, houve o encontro entre seis comunicadores, entre jornalistas, radialistas e publicitários, na faixa dos 25 aos 35 anos, com todo um trajeto de vida laboral e de militância a serviço de movimentos sociais e organizações não-governamentais. Assim, em

⁵ O título alude ao livro *Crônica de uma Morte Anunciada*, de Gabriel García Márquez, fazendo uma brincadeira e homenageando, ao mesmo tempo, o jornalista e escritor. García Márquez criou, nos anos 1990, na Colômbia, a *Fundación para El Nuevo Periodismo Latino-Americano*, uma das principais incentivadoras do jornalismo independente na América Latina, ainda hoje.

maio daquele ano — não por acaso, mês do Dia do Trabalhador —, surgia o Terral Coletivo de Comunicação Popular, como uma possibilidade de disponibilizar parte de nosso tempo livre para formação e assessoria de grupos populares, no vasto campo da comunicação. Em nível nacional, observávamos, desde 2013, o surgimento de grupos como o *Mídia Ninja*, no esteio da cobertura das manifestações de rua, praticamente em tempo real. Em nível regional, acompanhávamos o trabalho do *Coletivo Nigéria*, no Ceará, que em 2014 agitou a internet com vídeos-reportagens sobre os protestos sobre a Copa do Mundo, sob a *hashtag* #NãoVaiTerCopa. Talvez existisse ali um novo tipo de jornalismo, nos limites entre ativismo e profissionalismo.

Àquela altura, o jornalismo de modo geral demonstrava estar em transição, acompanhando, a bem da verdade, uma crise socioeconômica generalizada. Por um lado, o fechamento de jornais tradicionais, com demissões em massa, o chamado *passaralho*⁶, em grandes redações de todo o país. Jornais impressos ganhando cada vez menos espaço nas bancas, nas ruas, circulando a cada dia com menos páginas e com fusão de cadernos.

Ao jornalista que não é demitido, que continua na redação tradicional, a luta pela sobrevivência (que se inicia na manutenção do próprio emprego), a qual incide em produzir cada vez mais rápido e gerar mais conteúdo para todas as mídias do conglomerado empresarial, com ênfase para produção em mídias digitais: em tempos de sociedade em rede (CASTELLS, 2000), não importa tanto assim o conteúdo das matérias, mas um título chamativo que possa ser convertido em mais cliques e, assim, em mais patrocinadores.

Desse modo, nas atuais condições do trabalho do jornalista tradicional, perdem a vez os cadernos especiais, com as suas reportagens de fôlego; saem de cena os repórteres especiais antes contratados especificamente para produção de grandes reportagens, em profundidade; o cenário para o jornalismo investigativo se mostra cada vez mais escasso. Muitos desses jornalistas, já com um *ethos* profissional balizado e com o devido “reconhecimento por seus pares”, no dizer de Traquina (2005), *migram* para redes sociais, sites próprios e blogs, dando continuidade a suas análises e artigos de opinião, mantendo ou ampliando seu público de leitores e seguidores e passando a enfrentar novos desafios no campo profissional, como bem relatam Lima (2015) e Alonso (2011).

Em meio à crise, as emergentes iniciativas de jornalismo independente surgem como um vislumbre de esperança de se fazer um “novo jornalismo” ou, melhor seria dizer, um jornalismo baseado justamente nos princípios éticos que guiavam o *ethos* ligado a esse ofício. Obviamente, a trajetória do jornalismo independente, no Brasil, não começava dali. Esse tipo

⁶ Termo pejorativo que se refere a demissões em massa nas redações.

de jornalismo está presente nos mais diferentes contextos políticos, em períodos autoritários e democráticos, e é definido, em geral, por ser um jornalismo realizado sem vinculação econômica ou editorial a grandes grupos empresariais, na perspectiva de contraposição à mídia tradicional (LIMA, 2013).

Convém abrir parênteses para explicar que, neste trabalho, usaremos, para fins de padronização, os termos *mídia tradicional* e *mídia independente* na contraposição entre os grandes veículos de comunicação, grandes empresas e conglomerados de mídia e os veículos menores (jornais de bairro, blogs, sites de coletivos, redes sociais, pequenas agências, etc.), bem no sentido utilizado por Lima (2013). Evitaremos a contraposição *mídia hegemônica* x *mídia contra-hegemônica* (conceito gramsciano) justamente por entender que nem todo pequeno veículo é contra-hegemônico, visto que muitos deles (como blogs e rádios de ondas curtas, especialmente nas cidades mais afastadas do interior) atuam para legitimar o pensamento vigente nas esferas de poder, ou seja, o *stablishment*. Já a conceituação de *jornalismo independente* utiliza critérios distintos e será melhor abordado mais à frente.

2.2 O Mapa do Jornalismo Independente como ponto de partida

Nos últimos anos, cresce em profusão o número de blogs, veículos e grupos de mídia independente cuja produção passamos a ter acesso, especialmente a partir do segundo decênio deste século. Hoje, são vários os coletivos e/ou agências que atuam de forma colaborativa ou em rede, veiculando predominantemente suas produções na internet, apropriando-se das mídias digitais e elegendo, muitas vezes, a reportagem como gênero jornalístico a ser evidenciado.

Nota-se, também, já certa distinção entre o jornalismo independente praticado na virada do século 21 — no limite entre impresso e web — e o desta última década, já nascido em rede, na web, emergindo novos discursos por meio de plataformas digitais. Tais agrupamentos jornalísticos são compostos por comunicadores, ativistas sociais, estudantes, educadores, entre outros, que retroalimentam a comunicação em suas comunidades e nos movimentos sociais de que participam, pautando temáticas, em geral, ligadas à democracia e aos direitos humanos. Aproximações e divergências à parte, alguns desses coletivos contemporâneos de comunicação são essencialmente formados por jornalistas e autodenominam-se coletivos de jornalismo independente.

Nesse sentido, ressalta-se o mapeamento realizado pela *Agência Pública*, já em 2016, que identifica e descreve 70 grupos de jornalismo independente no Brasil, nascidos na última década e já “em rede”, que se sustentam a partir de fontes alternativas de financiamento, como financiamento coletivo, apoio de fundações internacionais e editais, sendo projetos coletivos realizados em rede por profissionais que não estão ligados a nenhuma empresa, organização ou grupo político específico, o que caracterizaria a independência editorial (AGÊNCIA PÚBLICA, 2016).

Figura 1 — Mapa do Jornalismo Independente no Brasil



Fonte: <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo>. Acesso em: 31 jan. 2017.

Um deles é a já citada Rede Jornalistas Livres. Criada em março de 2015, engloba diversos coletivos de comunicação em todo o Brasil, mais precisamente, grupos atuantes no eixo Sul/Sudeste. Entre esses coletivos, estão, por exemplo, o já citado *Midia Ninja* e o Centro de Estudos da Mídia Independente Barão do Itararé que é, por si só, também um coletivo de coletivos, agregando grupos de comunicação independente de 21 estados do país.

Em seu manifesto, publicado por ocasião de sua fundação, os Jornalistas Livres defendem “a colaboração entre todos os comunicadores que defendem e lutam pela ampliação da democracia brasileira, bem como dos direitos humanos e sociais conquistados a duras penas pelas camadas mais vulneráveis da população”. Ainda de acordo com o mesmo documento:

Usamos as redes sociais, não somos remunerados, atuamos única e exclusivamente em nome da paixão que nutrimos pelo jornalismo e seu gênero mais nobre, a reportagem. Entre nós, coletivos de mídia livre, artistas, jornalistas avulsos, repórteres, editores, fotógrafos e cinegrafistas, não pode existir a competição. Sabemos que, juntos, compartilhando uns aos outros, podemos chegar mais longe, atingir públicos mais amplos, levando informações honestas e de qualidade. Queremos incluir as vozes, os sotaques,

os modos de expressão, as histórias de vida, as alegrias e os lamentos de toda a imensa variedade de formas de vida e sociabilidade humana que se encontram neste país. (JORNALISTAS LIVRES, 2016)

A própria *Agência Pública* atua com um site e redes sociais e define como sua missão, na sua página na web, a produção de grandes reportagens “pautadas pelo interesse público, visando ao fortalecimento do direito à informação, à qualificação do debate democrático e à promoção dos direitos humanos”, apostando num modelo de jornalismo sem fins lucrativos para manter a independência.

Ainda segundo a própria agência, que atua desde 2010, as reportagens realizadas se baseiam numa “rigorosa apuração dos fatos e têm como princípio a defesa intransigente dos direitos humanos”. Além de produzir, a *Agência Pública* atua na promoção do jornalismo investigativo independente, com apoio a partir de bolsas de reportagem e incubação de novos projetos de jornalismo independente. Todas as reportagens “são livremente reproduzidas por uma rede de mais de 60 veículos, sob a licença *creative commons*”. A possibilidade de uma produção e de um escoamento colaborativo pode corroborar o surgimento de possíveis novas narrativas, permeadas pelas tecnologias digitais, e elaboradas a partir de perspectivas diferenciadas da mídia tradicional.

Vale ressaltar que o Brasil não é pioneiro nesse tipo de produção jornalística. Mesmo no contexto latino-americano, conta-se também com a experiência da Rede ALiados, envolvendo dez veículos digitais de jornalismo independente da região que já atuavam em seus países de origem, com diferentes perfis. Estão associados os seguintes grupos: *Agência Pública* (Brasil), *Animal Político* (México), *CIPER* (Chile), *Confidencial* (Nicarágua), *El Faro* (El Salvador), *El Puercoespín* (Argentina), *IDL-Reporteros* (Peru), *La SillaVacía* (Colombia), *Plaza Pública* (Guatemala) e *The Clinic* (Chile).

Especificidades à parte, tais veículos têm diretrizes em comum, conforme assinam em seu manifesto de fundação a Declaração de Al Maitén: "qualidade profissional, transparência de procedimentos, independência de poderes políticos e econômicos e a precisão factual com que informam sobre realidades da América Latina e do mundo de uma forma que não fazem os veículos tradicionais da região" (BLOG JORNALISMO NAS AMÉRICAS, 2016).

O terreno, então, parecia fértil para a produção e investigação nesse campo, no alinhamento de teoria e prática, que é a forma como se estrutura a nossa atuação acadêmica e profissional. Surgiam aí as primeiras perguntas que norteariam o projeto de pesquisa: de que forma o jornalismo independente feito hoje se diferencia do jornalismo tradicional? Pode-se, de fato, dizer que existe um “jornalismo independente”, não só no sentido econômico, mas

também, ideológico? Afinal, é ou não é jornalismo? Pouco tempo depois, a partir das primeiras leituras da fundamentação teórica e do levantamento do estado da arte sobre o tema, tais questionamentos se mostraram insuficientes para dar conta do escopo da pesquisa. A discussão, nesse direcionamento, não evoluía — parecia simplista demais e, até certo ponto, ultrapassada.

Como *o caminho se faz ao caminhar*, mais tarde, a realização desse estudo tomaria outros rumos, não só a partir do levantamento do estado da arte sobre o tema, mas, especialmente, a partir do encontro, em 2017, com o “Projeto As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia”, iniciado pelo Centro de Pesquisa Comunicação e Trabalho, o CPCT, em 2016. O posterior convite para participar de atividades no centro de pesquisa foi deveras instigante, uma vez que me reconheço como uma trabalhadora da comunicação, da cultura e da educação, como disse antes. E esse encontro viria a se tornar um divisor de águas na condução do projeto.

A nova rota possibilitou estágio de pesquisa na USP (onde, durante um mês, foi possível participar de reuniões com os pesquisadores, aulas e aprendizados sobre a metodologia empregada) e o afinilamento desta tese para um recorte regional — delimitando-se ao estudo das iniciativas nos estados de Pernambuco e da Bahia — e a perspectiva de realizar uma análise a partir do binômio comunicação e trabalho.

A principal indagação que passa a mover esta investigação, agora, busca responder às seguintes questões: o que caracterizam esses arranjos de trabalho jornalístico, em relação às práticas jornalísticas; como esses arranjos se organizam, de forma a garantir a autonomia do trabalho e, ao mesmo tempo, a sustentabilidade econômica destes e, ainda: se os jornalistas desses arranjos se percebem enquanto trabalhadores.

Certamente, ao se avaliar o atual cenário do jornalismo, percebe-se se tratar de uma crise de modelo da tradicional empresa jornalística, ou crise do chamado *modelo de negócio*, mas não só: reflexo do nosso tempo, são indícios de profundas transformações no *mundo do trabalho* (FIGARO, 2008) — *mundo do trabalho*, muito mais do que *mercado de trabalho*, por não se referir apenas a mudanças econômicas (flexibilidade de leis trabalhistas, empregabilidade, salários, cargos, fusões empresariais), mas, sobretudo, mudanças *relacionais*: exige-se um novo jeito *de ser* e *de se estar* no mundo do trabalho contemporâneo que, certamente, reflete-se não só nas práticas jornalísticas, mas também em sua autonomia, sustentabilidade e nas suas relações.

A oportunidade de serem *donos do próprio negócio* ou de estarem agrupados em

empreendimentos comunitários, solidários, em rede — principalmente, o fato de não precisarem, grosso modo, reportar-se a um *patrão* e de ter uma maior disponibilidade de tempo para planejar e executar suas pautas, poderia se refletir na realização de um jornalismo *de melhor qualidade*.

Certamente, para além de uma visão *romantizada* do fenômeno, surgem desafios e conflitos, inerentes a toda relação de comunicação. Nossa hipótese é de que, na *corda bamba* entre a luta pela sobrevivência diária e a satisfação de se fazer o que gosta (seja como *eu-patrão* ou como coletivo, movido por ideais mais comunitários), a saída para os novos arranjos possa estar na busca pelo equilíbrio, mas isso pode revelar também uma precariedade nas condições de produção e negociações nas relações de comunicação.

Vale a pena explicar o uso do termo *jornalismo independente* para denominar tais grupos. Ao nos referirmos aos novos arranjos de trabalho do jornalista, estamos, de fato, tomando como ponto de partida o Mapa da *Agência Pública*, que toma como referência para o mapeamento, além da autodeclaração, os grupos que não estão ligados a conglomerados de mídia, que se organizam de forma coletiva — diferentemente de blogs que, muitas vezes, é fortemente marcado pelo perfil daquele jornalista — e que utilizam as plataformas digitais como principal ferramenta de divulgação dos conteúdos produzidos.

A pesquisa do CPCT opta pela definição *independente/alternativo*, embora trabalhe, para fins de classificação e nucleação (organização dos arranjos em subgrupos por afinidade), com as seguintes categorias de análise: independente; alternativo; inovador; empreendedor; coletivo. Além das categorias *independente* e *alternativo* citadas acima, dentre os critérios para a seleção da amostra de São Paulo estavam a autodeclaração (como grupos de jornalismo) e a identificação, por parte dos responsáveis pela coleta de dados, de pelo menos dois marcadores do *fazer* jornalístico (rotinas, pautas, reportagens) identificados a partir da observação de suas plataformas de conteúdo.

Com isso, foi composto um banco de dados que pode servir de orientação para pesquisas derivadas. Importante dizer que o fato de um arranjo se autodeclarar como *jornalístico* não quer dizer que ele necessariamente tenha jornalistas de *formação* (graduados) em suas equipes de trabalho. Tal identificação — e o debate que pode derivar desses achados — é feita na etapa de entrevistas com os arranjos.

Denominam-se *arranjos* especialmente porque indicam novas formas de organização do trabalho e de sustentabilidade, para além dos chamados “modelos de negócio” e das rotinas produtivas, como apontam os resultados parciais da pesquisa desenvolvida na Grande São

Paulo: são desde contratados, assalariados e com carteira assinada em pequenas empresas; ora terceirizados como autônomos; às vezes são cooperados, alguns são incubados em projetos universitários, são financiados por editais públicos, fundações privadas ou financiamento colaborativo, são autofinanciados/voluntários...

Reconfigura-se, assim, até mesmo a tradicional estrutura da redação jornalística: alguns trabalham em *home office*, outros, em espaço de *co-working*, outros contam com sede própria ou utilizam salas cedidas por outros parceiros... Ou seja, são novas formas de organização produtiva, por isso, a pesquisa matriz opta pelo termo *arranjos*, ou melhor, *arranjos econômicos alternativos*, tomado emprestado dos estudos da economia e dos *Arranjos Produtivos Locais* (APLs), com o qual compactuamos e utilizamos para os fins desta pesquisa. A noção de *arranjos produtivos alternativos do trabalho do jornalista*, apresentado por Figaro e Lima (2017), será melhor explicitada no segundo capítulo desta tese.

Figura 2 — Mapa do Brasil com arranjos do trabalho do jornalista por região



Fonte: FIGARO (2018).

Em nosso caso, a escolha pela abordagem de estudo multicase (YIN, 1994) das experiências localizadas em Pernambuco e na Bahia se deve pelo fato de aproximações territoriais e afinidades socioeconômicas e culturais entre ambos os estados. Assim, por meio de critérios definidos a partir da metodologia desenvolvida pelo CPCT, partindo do Mapa do Jornalismo Independente da Agência Pública — metodologia sobre a qual nos deteremos logo abaixo — selecionamos, para fins deste estudo, seis grupos em Pernambuco e na Bahia, a saber: *Iteia* Produção Colaborativa, *Revista O Grito!*, *Revista Outros Críticos* (em Pernambuco), *Portal SoteroPreta*, *Portal Correio Nagô*, *Revista Gambiarra* (os três últimos, na Bahia). É esse

conjunto que serve como *corpus* de análise da nossa pesquisa — sujeitos, mais que objetos de análise.

De modo mais geral, podemos falar o seguinte a respeito dos arranjos jornalísticos culturais estudados na presente pesquisa:

Revista Outros Críticos

Figura 3 — *Revista Outros Críticos*, versão impressa. Edição N. 12



Fonte: <https://outros criticos.com/revista/>. Acesso em: 13 jan. 2020

Outros Críticos surge primeiro como blog, depois como site, depois como revista impressa, embora todos esses formatos sigam coexistindo entre si. O arranjo surge não só como “um trabalho de crítica, um trabalho de jornalismo, mas também um trabalho de criação. Por isso que tem essa carga do heterônimo, do personagem. As entrevistas da gente eram quase literatura, de certo sentido”, como nos explica um de seus fundadores, Carlos Gomes (2019).

A *Revista Outros Críticos* foi fundada em 2003, na época, por dois graduandos em Letras, um casal, com a contribuição de colegas de curso. Depois de formados, o blog, que surgiu meio de brincadeira com heterônimos de escritores realizando falsas entrevistas entre si, virou um site e uma organização de jornalismo e crítica cultural de forma mais complexa, com colaborações de professores, músicos, pesquisadores, críticos, artistas e jornalistas culturais de todo o Brasil.

Iteia

O arranjo Iteia se autodeclara uma Rede Independente de Cultura e Cidadania, idealizada pelo Instituto InterCidadania (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), com sede no Recife, desenvolvida em parceria com patrocinadores e organizações governamentais e não-governamentais, desde 2008, em sintonia, à época, com o Programa Cultura Viva do Ministério da Cultura. É um Pontão de Cultura Digital⁷ e também recebeu prêmio de Mídia Live pelo MinC.

Segundo seu site, “é um arrojado sistema on-line de gerenciamento, difusão e intercâmbio de conteúdos culturais digitalizados, com amplo suporte tecnológico e integrado com outras redes digitais e não digitais. A ideia é servir de base de interligação com outros projetos com objetivos similares, formando uma *Teia de interação cultural na internet*” (PORTAL ITEIA, 2019):

[...] um projeto sem fins lucrativos, gerenciado de forma colaborativa, que promove o software livre, a diversidade cultural e visa desenvolver formas democráticas de expressão e acesso livre a conteúdos artísticos, respeitando os direitos do autor. O Iteia adotou o *Creative Commons* como referência de licenciamento de conteúdos e se propõe a pesquisar e debater permanentemente formas alternativas de fortalecer a cultura livre e promover a geração de modelos solidários de produção e comercialização de produtos culturais. O projeto envolve, de forma colaborativa, vídeos, músicas, textos, fotos, notícias, dados de produtores e autores, além de outras informações culturais. Também prevê canais de orientação e capacitação; de divulgação de projetos culturais e ambientes de aproximação entre artistas, produtores, patrocinadores e público, que poderá promover *rankings* de melhores conteúdos, votando nos seus links preferidos. (PORTAL ITEIA, 2019)

Ainda de acordo com o site do *Iteia*:

[...] no que diz respeito à geração de receitas para colaboradores e autores, os colaboradores poderão gerenciar e explorar espaços publicitários associados aos seus respectivos conteúdos. Ou seja, ao lado dos conteúdos e resultados de buscas aparecerão banners que serão inseridos pelos próprios colaboradores, possibilitando a captação de receitas. Os espaços não explorados serão ocupados por banners de mensagens de cidadania e marcas dos patrocinadores do Iteia (PORTAL ITEIA, 2019)

⁷ Pontão de Cultura Digital é um selo ligado ao Programa Cultura Viva, visando a identificar um grupo cultural que, não só atua em nível territorial local, mas amplia o espectro de sua ação para outros territórios e localidades, num processo mais extensivo de articulação em rede; neste caso, redes digitais, espalhadas em todo o território nacional.

Figura 4 — Encontro de colaboradores da Rede Iteia Cultura Viva Bahia



Fonte: <https://iteia.org.br/culturaviva/seminario-cultura-viva-bahia-etapa-salvador-dia-11-07-2019/> Acesso em: 25 jan. 2019

Revista O Grito!

A *Revista O Grito!* é uma publicação online independente dedicada a cobrir os diversos assuntos da cultura pop como quadrinhos, música, cinema, literatura, artes visuais, moda e teatro. De acordo com sua página na Internet, conta:

[...] com uma linguagem despojada e diversos colaboradores pelo país temos atualização diária com notícias, resenhas, entrevistas e reportagens especiais. Um dos diferenciais de sua proposta é debater, dentro do espectro da arte e do entretenimento pop, assuntos relevantes dos dias atuais como mídia livre, feminismo, questões raciais e de gênero, ativismo jovem e representatividade LGBT. (REVISTA O GRITO!, 2019)

Também afirmam o comprometimento “em dar visibilidade à cena independente e autoral, em especial destaque para os artistas pernambucanos” (REVISTA O GRITO!, 2019).

Figura 5 — Lançamento da 2ª edição da *Revista Plaf*, um produto da *Revista O Grito!* em outubro de 2018



Fonte: www.facebook.com/pg/revistaogrito/photos/. Acesso em: 28 jan. 2019

Foi fundado em 2008 por três jornalistas, todos com curso superior na área (Unicap e UFPB), todos com mestrado, e pelo menos um com doutorado, sendo um deles professor universitário — que ainda hoje continuam à frente do processo. A *Revista O Grito!* é hoje administrada pela O Grito! Mídia e Produção, produtora cultural e editora que realiza projetos editoriais, publicações customizadas e projetos relacionados à arte, mídia e tecnologia e, assim, além desses, há a contratação de jornalistas e outros comunicadores periodicamente para dar conta de seus projetos, sendo alguns dos mais exitosos a *Revista Plaf* — hoje já em sua segunda edição —, o *podcast* da *Revista O Grito!*, cuja edição mais recente foi veiculada na Rádio Universitária FM, em 2018; as reportagens especiais publicadas em seu site e redes sociais e eventos no cenário de música pop e independente.

Produzem, sistematicamente, conteúdo para a revista eletrônica, para produtos radiofônicos e para as redes sociais (*Facebook*, *Instagram*, *YouTube*). É considerada pela crítica, em nível nacional, uma das publicações mais importantes na cobertura de cultura pop, arte e cena independente. Tem como principais fontes de seu financiamento, além dos projetos realizados pela produtora, o acesso a editais públicos como o Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura (Funcultura).

Revista Gambiarra

Fundada em 2014 em Vitória da Conquista, no sertão baiano, por dois jornalistas, a *Gambiarra* é uma revista eletrônica que atua com site e redes sociais (*Facebook, Instagram, Twitter, YouTube*) e conta com colonistas convidados para a produção de conteúdo voltado para jornalismo, cultura e ativismo. A *Revista Gambiarra* atua com cobertura de eventos culturais, produção de reportagens especiais, agenda cultural, editoriais.

Figura 6 — Equipe da *Revista Gambiarra* (BA) na cobertura do Festival Suíça Bahiana, em outubro de 2018



Fonte: <https://www.facebook.com/portaSoteroPreta/photos/>. Acesso em: 29 jan. 2019.

Ambos os jornalistas integrantes do veículo são formados pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), cujo centro acadêmico do curso de jornalismo fica localizado na própria cidade onde fica situado o arranjo. Os responsáveis pela *Revista Gambiarra* também participaram de projetos de pesquisa e extensão na universidade, estudando democratização da comunicação, educomunicação, jornalismo cívico e mídia independente, atuaram em coletivos de comunicação e de cultura, sendo um deles o braço local do Coletivo Fora do Eixo, que originou, em São Paulo, o *Mídia Ninja*. A atuação de ambos também passa pelo movimento estudantil, tendo integrado a Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação Social (Enecos), ligada à União Nacional dos Estudantes (UNE).

A *Revista Gambiarra* é um veículo online que pretende adicionar novas práticas na produção jornalística de Vitória da Conquista e região, inserindo debates e questionamentos através de entrevistas e grandes reportagens sobre os mais diversos temas. O próprio nome da iniciativa gera certa ambiguidade que expressa, de alguma forma, muitas das características

observadas nos arranjos jornalísticos. Como explica sua página na internet:

Gambiarra é um termo cheio de significados. No Brasil, o sinônimo predominante seria “improvisação”. Em outros lugares, a palavra tem vários outros significados como “extensão de luz”. A prática da gambiarra envolve sempre uma intervenção alternativa, o que também poderia defini-la como uma re-apropriação material. A Gambiarra ao mesmo tempo em que pode indicar precariedade, indica experimento. O aprimoramento vem da possibilidade de se repetir a mesma experiência, resultando sempre em algo diferente do projeto inicial. (REVISTA GAMBIARRA, 2019)

Portal SoteroPreta

O *Portal SoteroPreta*, segundo informações de seu site, foi criado em 2016 e mantém como equipe fixa duas jornalistas baianas (formação em nível superior pela UFBA, uma delas com mestrado na área de cultura), ambas negras, com mais de dez anos de atuação na área, sendo uma com o cargo de editora-chefa e proprietária e a outra com atuação como editora. A editora-chefa e idealizadora do portal foi apontada pelo site *Blogueiras Negras*, em 2016, na lista das 25 influenciadoras digitais negras brasileiras e, no mesmo ano, citada pelo Projeto Think Olga dentre as Mulheres Inspiradoras de 2016. Vale ressaltar que tanto *Blogueiras Negras* quanto Think Olga também são iniciativas de jornalismo independente — com ênfase no recorte de gênero — identificadas pelo Mapa do Jornalismo Independente da *Agência Pública*.

O *SoteroPreta* produz conteúdo próprio para o portal e para as redes sociais (*Facebook*, *YouTube* e *Instagram*), contando com colaboradores das áreas de jornalismo, publicidade e letras, sendo algum desses também escritores e pesquisadores de cultura afro-brasileira. Ainda de acordo com o site, intitula-se como o primeiro portal de Salvador “voltado, prioritariamente, para a produção cultural (Artes, Música, Teatro, Audiovisual, Memória, Dança, Formação, Literatura, Religião, Gastronomia, Moda, Políticas Culturais, etc) soteropolitana construída, formada, mobilizada e destinada à comunidade negra de Salvador” (PORTAL SOTEROPRETA, 2019).

Figura 7 — *Frame* do Canal do *YouTube* do *Portal SoteroPreta* (BA). Entrevista com o músico Lazzo Matumbi. nov. 2018



Fonte: <https://www.facebook.com/portalSoteroPreta/photos/> Acesso em: 28 jan. 2019.

Em 2018 ampliou o número de colaboradores com a inclusão de um estagiário e uma estagiária, ambos estudantes de jornalismo, selecionados por meio do Programa SoteroPreta de Jornalismo 2018, em parceria com a instituição privada de ensino superior União Metropolitana de Educação e Cultura (Unime). Também tem buscado, no último ano, ampliar as colaborações e a produção de conteúdo para outros municípios do estado, além da capital.

Portal Correio Nagô

O *Portal Correio Nagô*⁸ foi cofundado em 2008, em Salvador, por dois jornalistas, que se mantêm ainda hoje à frente do arranjo. Atualmente, a equipe desta plataforma digital é formada por mais dois estagiários da área de jornalismo e outras duas pessoas que exercem funções ligadas às atividades audiovisuais (para a *TV Correio Nagô*, com veiculação no *YouTube*). Também conta com colunistas convidados nas temáticas de direitos humanos, internacional, política, cultura, economia, diversidades, tecnologia e sustentabilidade — a partir da perspectiva de mídia étnica — e possui correspondentes em outros estados do Brasil e, também, de outros países (ARAÚJO, 2019).

⁸ *Correio nagô* é uma expressão utilizada para nomear a comunicação oral, *face a face*, entre as comunidades de terreiros.

É um veículo de comunicação do Instituto de Mídia Étnica e conta, para realização de seus projetos, com aportes financeiros de fundos nacionais e fundações internacionais, como Fundo Baobá, Fundação Kellogg, Instituto de Responsabilidade e Investimento Social (Iris), Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA), Fundação Ashoka, Mit Center for Civic Media, Not for Profit — Conectando Comunidades e parcerias locais com o Instituto Cultural Steve Biko⁹ e Centro de Educação para Igualdade Racial e de Gênero (Ceafro), ambas iniciativas voltadas para formação educacional, sendo a última um programa criado pelo Centro de Estudos Afro-Orientais (CEAO), da UFBA.

Figura 8 — Primeira campanha publicitária do *Portal Correio Nagô* (BA), em 2008



Fonte: <https://www.facebook.com/portalcorreionago/photos/>. Acesso em: 28 jan. 2019

O Instituto de Mídia Étnica (IME), por sua vez, foi criado em:

Salvador em outubro de 2005, durante a Semana Nacional de Luta pela Democratização da Comunicação, por um grupo de jovens inquietos e inconformados com a representatividade da comunidade negra nos meios de comunicação. A intenção sempre foi, por um lado, integrar a luta pelo direito humano à comunicação, chamando atenção para aqueles mais invisibilizados e sobre os quais mais se recaíam as violações da mídia. E, por outro, se associar à resistência histórica do movimento social negro brasileiro e diaspórico ao racismo e suas consequências para a dignidade da população negra. (IME, 2009)

Ainda de acordo com informações do próprio site do Instituto Mídia Étnica (IME):

O slogan de criação do IME foi ‘Vamos *denegrir* a Mídia’, revelando a disposição em promover a diversidade nos meios de comunicação através da presença dos negros e da sua história no conteúdo produzido nas diferentes mídias. Também revelava a forma criativa e ousada de chamar atenção para a causa, provocando o debate sobre a utilização sempre negativa de palavras e expressões relacionadas à população negra. (IME, 2019, *grifo nosso*).

⁹ O Instituto Cultural Benéfico Steve Biko foi fundado em julho de 1992 por professores e estudantes negros da Bahia, oferecendo o primeiro cursinho pré-vestibular para negros. Hoje é reconhecido entre as principais organizações dos movimentos sociais na Bahia e no Brasil.

Ao longo desses 10 anos o IME realizou formações na área da comunicação, assessorou organizações da luta negra, participou de importantes debates sobre políticas públicas de combate ao racismo e pela democratização da mídia, integrou redes de compartilhamentos e cooperações internacionais, captou e difundiu tecnologias e ferramentas comunicacionais inovadoras, produziu conteúdos — vídeos, fotografias e textos —, tendo como principal canal de veiculação o *Portal Correio Nagô*, que surgiu em 2008 (IME, 2019).

Também é interessante destacar que não propositalmente, mas coincidentemente, a maioria dos arranjos selecionados atua no campo da comunicação e da cultura. Assim, houve a necessidade de se traçar um olhar sobre as políticas públicas desenvolvidas em ambos os campos, bem como avaliar sua possível influência no surgimento e no desenvolvimento de projetos desses grupos.

Aqui, surge uma hipótese de que tais políticas não só possam ter incentivado o surgimento de tais arranjos como, também, possam colaborar para a sustentabilidade e autonomia destes. Vale ressaltar que tal aproximação entre os estudos de comunicação e de cultura dialoga com pesquisa desenvolvida desde a dissertação de mestrado, defendida em 2012.

Ressalte-se também que, em nível nacional, a pesquisa do CPCT incluiu também a análise dos novos arranjos jornalísticos no estado do Ceará, a partir da parceria com a *Rede PráxisJor*, ligada à Universidade Federal do Ceará (UFC) e, ainda, parcerias com pesquisadores da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Universidade Federal do Tocantins (UFTO) e Universidade Federal do Amapá (UFAP), em busca de uma catalogação nacional.

2.3 A perspectiva teórico-metodológica: de objetos a sujeitos

No processo de investigação no campo da comunicação, o que se tem observado é que muitos pesquisadores da área, atualmente, preferem falar sobre teorias e não sobre objetos, como se *tivessem medo da pesquisa empírica*. No entanto, escolher um objeto concreto com o qual se identifique e se dedicar ao seu estudo empírico, tem-se mostrado a maneira mais eficiente de se realizar um bom trabalho de pesquisa seja de mestrado ou de doutorado (LOPES, 2011).

Aliás, muito além de objeto, percebemos o jornalismo, ou melhor, o jornalista, como sujeito — seguindo a tradição gramsciana e dos estudos culturais —, sendo o próprio processo de pesquisa comunicacional uma relação entre diferentes campos de conhecimento, como as ciências sociais e as ciências da comunicação, ou seja, uma *relação entre sujeitos*. Ora, sendo sujeitos da ação, os jornalistas dos *arranjos* aqui estudados são capazes de negociar, de dialogar, de propor, de trocar experiências, de inovar, e é justamente isso que nos interessa observar nesta pesquisa.

Nossa abordagem teórico-metodológica tem como ponto de partida o binômio comunicação e trabalho, os estudos do jornalismo e os estudos culturais, para melhor entender as condições de produção do fazer jornalístico em si e as relações de comunicação, ou mediações, empreendidas pelo jornalista em seu meio social. Trata-se de uma pesquisa social, qualitativa, de cunho exploratório (GIL, 2002), pois avaliamos ser este o melhor método para se analisar um fenômeno em constante processo de mutação e de movimento: a organização desses novos arranjos de trabalho.

A pesquisa exploratória, então, permite percorrer o território, buscando informações que auxiliem na melhor percepção do quadro apresentado, e é desafiadora nesse sentido justamente porque todos os elementos encontrados podem ser relevantes para a continuidade da investigação. Assim, interessa-nos aqui a empiria, que vai nos apontar as pistas de quais caminhos seguir. Nesse sentido, a coleta de dados indica o caminho para a composição do objeto (sujeitos) de estudo e da amostra empírica.

Sob este prisma, “essa metodologia de pesquisa se mostra adequada porque os proponentes desse estudo não têm como formular de antemão as características predominantes desses *arranjos econômicos alternativos*, além de repetir o que eles próprios afirmam, isto é, não se organizam como as grandes empresas de mídia” (FIGARO, 2018).

Diante disso, é possível se afirmar que:

A pesquisa exploratória dá ao pesquisador a possibilidade e a abertura de buscar elementos que permitam um diagnóstico mais fiel da situação que se quer investigar. O levantamento e a composição de um quadro de informantes potencial dão maior confiabilidade para a posterior construção de uma amostra de pesquisa [e] [...] permite explorar conceitos, técnicas e hipóteses para propiciar um conjunto de reflexões que levem a apurar os resultados amalhados na investigação. (FIGARO, 2018)

Com isso, “realiza-se um diagnóstico do cenário em que estão os *novos arranjos* do trabalho do jornalista, como se estruturam e se organizam, para o posterior aprofundamento da investigação conforme os objetivos enunciados” (FIGARO, 2018).

A nossa metodologia utiliza, ainda, pesquisa bibliográfica, a partir da leitura do referencial teórico e levantamento do estado da arte de livros, teses e dissertações sobre jornalismo/mídia independente; referências nas teorias da comunicação, teorias do jornalismo, sociologia do trabalho e leituras sobre políticas públicas de comunicação e cultura.

Ainda no campo das políticas de comunicação e cultura foi utilizada uma fonte primária (entrevista) para levantamento de dados locais no contexto da Bahia. Além disso, junto aos arranjos escolhidos, fizemos uso de técnicas etnográficas como observação participante e entrevistas em profundidade, semiestruturadas, entendendo estas últimas como essenciais para se captar a subjetividade dos sujeitos na pesquisa qualitativa (MINAYO, 1996).

O ponto de partida para a escolha dos sujeitos de pesquisa foi a identificação dos arranjos jornalísticos do Nordeste. Para isso, retomamos o banco de dados da pesquisa matriz, elaborado a partir da combinação entre pesquisa exploratória e a técnica da *bola de neve* (*snowball*), para compor uma amostra, um quadro inicial de estudos. O CPCT adaptou tal técnica — utilizada quando não é possível extrair uma amostra estatística de determinada população — para ser aplicada a pesquisas qualitativas e não-probabilísticas.

A partir de diferentes contribuições sobre a técnica da *snowball*, a reflexão de Baldin e Munhoz (2011) mostra um complexo desenho de identificação de informantes, estabelecendo certa hierarquia entre eles, no sentido de que as redes de relações reveladas pelos contatos vão desenhando o alcance da rede do informante inicial:

Os primeiros participantes contatados na aplicação da pesquisa são as “sementes”, que devem ter conhecimento da sua localidade, do fato acontecido ou das pessoas que vivem na comunidade. Esse mesmo indivíduo (a “semente”) indicará outra(s) pessoa(s) de seu relacionamento (ou de seu conhecimento) para que também participe(m) da amostra, esses são os “filhos” das “sementes”. (BALDIN; MUNHOZ, 2011, p. 333)

De acordo com a metodologia trazida pelos pesquisadores do CPCT:

[...] o levantamento da literatura sobre a crise do jornalismo atual, além do acompanhamento das redes sociais, proporcionou aos pesquisadores destacar o contato com um indivíduo jornalista, líder de um bem-sucedido arranjo jornalístico. Tomou-se então a decisão de eleger a representante deste arranjo como o informante (*semente*) primeiro para, a partir das indicações, encontrarem-se os demais informantes. Chegou-se dessa maneira à Agência Pública e aos seus indicados, ou seja, o Mapa do Jornalismo Independente, criado por essa Agência. (FIGARO, 2018)

Na segunda etapa do mapeamento da *Agência Pública*, os leitores indicaram grupos jornalísticos dos quais sentiram falta no mapa inicial. Tal lista foi analisada e incorporada ao mapa, pela supracitada agência, como a lista da Mídia Independente dos leitores da Pública e esta foi considerada como *segunda semente* na metodologia do CPCT. Outras indicações

(*sementes*) foram informadas por contatos dos próprios investigadores do CPCT e, a partir dessas fontes, chegou-se aos informantes que deram acesso a sua rede de relações, revelando uma comunidade virtual disposta a trabalhar com jornalismo e conteúdo informativo (FIGARO, 2018).

O trabalho de catalogação, a partir dos informantes (*sementes*), possibilitou a composição de um banco de dados com 170 arranjos do trabalho do jornalista no país e de 10 arranjos internacionais, com registro das informações mais gerais sobre cada arranjo. O registro inicial do CPCT evidenciava 16 arranjos na Região Nordeste. Desse total, 12 estavam territorialmente localizados nos referidos estados.

O primeiro passo, então, foi o de classificação dos arranjos: verificar a situação atual de cada um deles; determinar quais ainda estavam em atividade — muitos desses grupos têm um curto tempo de existência devido às limitações de sustentabilidade —; e selecioná-los, inicialmente, a partir dos critérios de autodeclaração como produtor de conteúdo jornalístico (verificado em seus sites e/ou redes sociais) e de identificação de pelo menos dois marcadores de *práxis* jornalística (periodicidade; rotinas; pautas; produção de conteúdo informativo).

Depois dessa triagem e a partir da técnica *bola de neve* — em que participantes dos próprios arranjos de referência indicavam novos grupos, dentro dos mesmos critérios estabelecidos — chegamos à seleção dos seis arranjos a serem estudados, sendo três em Pernambuco e três na Bahia. Um ponto a ser ressaltado é que quase todos — exceto um arranjo localizado em Vitória da Conquista, no sertão baiano — ficam geograficamente localizados nas capitais — sequer na região metropolitana.

Isso pode nos apontar, a princípio, pistas de que possam ser iniciativas essencialmente urbanas, muito embora possam abarcar, na produção de seus conteúdos, temáticas que deem conta do interesse público para além de seus territórios de origem.

Embasando-se nisso, optou-se por uma análise contextualizada dos discursos enunciados pelos entrevistados a partir de suas práticas sociais e as relações desenvolvidas no meio em que vivem (ORLANDI, 2010). Para isso, um roteiro de entrevista semiestruturada foi proposto para a fase de entrevistas em profundidade com um representante de cada arranjo jornalístico (ver Apêndice A - Roteiro de Entrevistas).

Este se baseou no roteiro inicial de entrevistas qualitativas desenvolvido pela segunda fase do CPCT com os arranjos da Grande São Paulo, acrescentando-se questões pertinentes identificadas a partir dos resultados parciais da pesquisa, divulgada em junho de 2018, e considerando-se também as especificidades regionais dos arranjos em questão, em Pernambuco

e na Bahia. Também levamos em consideração, para composição desse roteiro, aspectos trazidos pelos resultados do levantamento de Mick e Lima (2013).

Assim, às questões relativas ao perfil do representante de cada arranjo — como formação profissional, características socioeconômicas, idade, gênero — foram acrescentadas outras referentes à raça e etnia; orientação sexual; pertença à comunidade tradicional e relação com o território; religião; vinculação política (se está ligado a algum sindicato, associação, se participa de movimentos sociais, se é filiado a algum partido político).

Sobre a *práxis* jornalística, foram consideradas questões referentes à trajetória de carreira; fluxo de trabalho; funções desempenhadas. Nas perguntas relacionadas às condições que originaram o arranjo, buscou-se observar também o contexto de atuação das políticas públicas como um dos incentivos — dado não considerado na pesquisa-base do CPCT, mas que se mostrou pertinente a partir dos resultados parciais desta, como afirmado acima.

As categorias desenvolvidas pelo CPCT para a classificação dos arranjos jornalísticos da Grande São Paulo — independente/alternativo; empreendedor; inovador — foram incorporadas à nossa pesquisa, com adaptações, a partir do que foi enunciado pelos discursos dos arranjos.

Assim, nossa análise foi feita com base nas seguintes categorias: a) colaborativo/em rede (que usamos, para fins de classificação, em substituição ao termo “coletivo” do CPCT, já usado para nomear muitos dos arranjos atuais, mas que não se aplica nos casos aqui estudados, que se nomeiam sites, revistas e portais); b) empreendedor/produtor (pelas intersecções entre jornalismo e produção cultural); c) inovador/experimentador (no sentido de experimentações nos *modos de fazer*); d) formador/educador (pelas parcerias e projetos junto a universidades e outras oportunidades de formação de comunicadores, como laboratórios, oficinas e *workshops*). Tal dimensão educadora foi observada de forma mais incisiva em pelo menos quatro dos seis arranjos estudados. Quatro dos seis entrevistados também fazem da docência um de seus principais recursos de autossustentação.

Todos os arranjos se autodeclararam grupos de mídia independente. Logo, a categoria independente/alternativa foi trabalhada de forma mais ampla no primeiro capítulo da tese, cuja estruturação explicaremos a seguir.

A etapa de coleta de dados foi realizada entre julho e dezembro de 2018 (primeira fase da pesquisa, com mapeamento e seleção dos arranjos); e a segunda etapa da pesquisa, de entrevistas em profundidade, foi realizada entre janeiro e junho de 2019 nas cidades de Recife (PE), Salvador (BA) e Vitória da Conquista (BA).

2.4 Estruturação da Tese

Este trabalho está estruturado em quatro capítulos. No primeiro, “Comunicação, Cultura, Movimentos pela Democratização e Coletivos” recuperamos e atualizamos a discussão trazida na dissertação de mestrado, ao explicitar a opção pelos estudos culturais na abordagem da pesquisa e ao percorrer o panorama das políticas de comunicação e cultura no Brasil. Apresentamos, ainda, as intersecções entre os campos da comunicação e cultura, a atuação dos movimentos de luta pela democratização da comunicação e descrevemos algumas experiências contemporâneas de coletivos de comunicação e cultura em Pernambuco e na Bahia. O pioneirismo de ambos os estados no contexto histórico do jornalismo brasileiro também é destacado neste capítulo.

Em seguida, em “Jornalismo e Mundo do Trabalho”, temos como ponto de partida o jornalismo em si, ancorando-nos nos estudos de jornalismo de Cornu (1999), Correia (2003), Esteves (2007), Moretzsohn (2007). Também apresentamos dados do perfil do jornalista brasileiro, a partir da pesquisa de Mick e Lima (2013) e as transformações atuais no mundo do trabalho do jornalista, na perspectiva do binômio comunicação e trabalho, apoiando-nos nos autores Antunes (2009; 2018), Rizek (2006), Fígaro (2008), Fígaro e Lima (2017) e Lelo (2019). Traçamos também os perfis dos jornalistas dos arranjos estudados, bem como suas percepções a respeito das condições que propiciaram o surgimento dos arranjos e correlacionamos a atuação destes com possíveis indicadores de desenvolvimento local.

Na sequência, “*Entre o feijão e o sonho: (sobre)vivendo de jornalismo cultural*”, relatamos as formas de organização e as condições de produção dos arranjos. Apontamos o acesso a políticas públicas como fomento, empreendedorismo e outras formas de sustentabilidade, inclusive a atuação dos arranjos na linha tênue entre jornalismo e produção cultural. Com base na análise dos seis arranjos descobrimos que, mais do que um jornalista-empresendedor, compete ao jornalista cultural independente que atua neste arranjo ser um jornalista-gestor. Ao mesmo tempo, são revelados, nos discursos desses jornalistas, os limites e as possibilidades técnicas e éticas de se gestar e dar materialidade a um jornalismo no qual acreditam, a partir de seus princípios, crenças e valores.

No capítulo seguinte, “*Novos modos de fazer jornalismo: colaborativo e em rede*” apresentamos as experimentações de formatos, linguagens e experiências que os arranjos demonstram como soluções criativas para o mundo do trabalho do jornalista cultural. Também

apreendemos que, na contramão dos meios de comunicação que saem do jornalismo impresso para o jornalismo digital, tais arranjos, nascidos no meio digital, realizam experiências de publicações impressas como forma de sistematizar e manter registrada em longo prazo a memória sobre temáticas artístico-culturais. Indicamos, ainda, as parcerias com universidades, ONGs e outros setores da sociedade como impulsionadoras de uma *práxis* jornalística que enfatiza a dimensão formadora e educadora das ações desses arranjos, na intersecção entre comunicação e educação.

O capítulo se ancora em Castells (2000, 2011) para trazer o conceito de redes, e em Peruzzo (2002, 2003), Bauman (2003) e Paiva (2003) para trazer o sentido de comunidade, ampliando-se para territórios digitais. Também demonstramos que tais parcerias/relações podem incidir em contribuições para o desenvolvimento local.

Por fim, nas “Considerações Finais”, discutimos os principais achados da pesquisa, no intuito de criar pontes para possíveis desdobramentos e, principalmente, na tentativa de colaborar para a reflexão de quem produz jornalismo cultural hoje (e amanhã).

3 COMUNICAÇÃO, CULTURA, MOVIMENTOS PELA DEMOCRATIZAÇÃO E COLETIVOS

3.1 Das relações entre comunicação e cultura

Embora não seja um autor específico da teoria da comunicação, é no pensamento de Raymond Williams (2011) — na contraposição à Escola Crítica de Frankfurt — que se referenciam vários dos estudos posteriores de comunicação. Por sua vez, os pensadores do Centro de Estudos Culturais da Escola de Birmingham, na Inglaterra — como o próprio Williams e Stuart Hall (2013) — baseavam-se em autores como Benjamin (2000) e Gramsci (2001). Entretanto, é por considerar as especificidades locais que optamos, neste capítulo, pela abordagem dos estudos culturais latino-americanos para aproximar os conceitos de comunicação e cultura.

O referencial teórico latino-americano da comunicação aproxima os conceitos de comunicação e de cultura a partir da abordagem dos estudos culturais. Autores como Martín-Barbero e Canclini trabalham a própria cultura como um processo comunicativo. A comunicação passa a ser percebida *a partir do lugar* das culturas populares (MARTÍN-BARBERO, 2009; CANCLINI, 2008).

Ao tratar sobre as novas formas de interatividade produzidas pela tecnologia e a ascensão das demandas sociais, políticas e culturais, Canclini (2008, p. 49) diz que a convergência digital — expressa pela fusão multimídia e pelas concentrações empresariais na produção da cultura — reorganiza os modos de acesso aos bens culturais e às formas de comunicação.

Martín-Barbero (2009), no que se refere à globalização comunicacional e à transformação cultural, diz que as culturas tradicionais se reconfiguram a partir da comunicação, que apresenta a possibilidade de se romper com os processos de exclusão. A comunicação midiática também permite a constituição de redes de sociabilidade para além dos territórios. Ainda para o autor, “a comunicação da cultura depende menos da quantidade de informação circulante do que da capacidade de apropriação que ela mobiliza, isto é, da ativação da competência cultural das comunidades”.

Martín-Barbero (2009, p. 288) contextualiza da seguinte forma a relação entre

comunicação e cultura:

A história das relações entre política e cultura está cheia de enganos espalhados por toda a parte. De um lado, uma concepção espiritualista da cultura, que vê na política uma contaminação, pela invasão de interesses materiais; do outro, uma concepção mecanicista da política que nada vê na cultura senão o reflexo superestrutural do que acontece de fato em outra parte. Entre ambas as posições, não pode haver outra relação além da instrumentalização.

Para o autor, depois de passar pela opressão de regimes ditatoriais, com a resistência manifestada nos movimentos de igreja, de direitos humanos e das artes em geral, os países latino-americanos passaram a compreender a relação entre política e cultura de outra forma, no sentido de transformação da convivência social.

Graças à dinâmica da escolarização e à dos meios massivos, a cultura se colocou no centro do cenário político e social. Abre-se assim ao debate um novo horizonte de problemas, no qual estão redefinidos os sentidos tanto da cultura quanto da política, e do qual a problemática da comunicação não participa apenas a título temático e quantitativo [...] mas também qualitativo. (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 289)

Nesse sentido, o que Martín-Barbero (2009) coloca é o processo comunicativo da cultura, em que o receptor não é um mero decodificador, mas, sim, um produtor de sentidos, ressignificando informações. Com o receptor em evidência, o meio não passa a ser o mais importante a se considerar: é a mediação — ou seja, a relação com o meio — que passa a ter enfoque nesses estudos. A recepção passa a ser um espaço de interação, resgatando a complexidade do cotidiano para a produção de sentido.

3.2 Itinerário das políticas de comunicação e cultura: entre o autoritarismo e a democracia

Reflexo de um Estado marcado por tradições ora autoritárias, ora democráticas, como afirma Ortiz (1984), os direitos à comunicação e à cultura, no Brasil, passaram por diferentes fases no que diz respeito às políticas e diretrizes que fazem valer esse direito para a população. A princípio, é preciso contextualizar nacionalmente o lugar dessas políticas.

De acordo com Rubim (2010a, p. 54), as políticas culturais no Brasil são marcadas por tristes tradições, a saber: ausência, autoritarismo e instabilidade. Ausência, pois até os anos 1930 não se havia pensado em política cultural nenhuma para o País — apenas reproduções subservientes que serviam a um Brasil Reino e a um Brasil Império (chegada dos Correios,

construção de teatros). Autoritarismo porque, ao longo da nossa História, pode-se perceber que, quanto mais forte o Estado, maior o poder da política cultural, como no contexto das ditaduras, sobre o qual discorreremos mais à frente.

Já quando o autor se refere à instabilidade, trata de que, nos períodos entre as ditaduras e, posteriormente, no período de redemocratização, dos anos 1980 para cá, tais políticas oscilam entre o patrocínio e o mecenato, como a Lei Sarney, no governo Collor e a consequente aprovação da Lei Rouanet, no governo FHC, com o ministro Weffort à frente do recém-criado Ministério da Cultura (MinC).

Com isso, o poder sobre as decisões culturais saiu das mãos do governo e passou para as mãos do mercado, com a cultura sendo vista como “um bom negócio”. Mote, aliás, adotado pelo MinC na gestão FHC (1994-2001), uma opção inerente ao modelo neoliberal em voga (OLIVIERI, 2004).

O vínculo entre autoritarismo e política cultural aponta ainda para outra direção: o elitismo nas escolhas do apoio cultural (RUBIM, 2010, p.61). Ainda para Rubim (2010a), o conceito de política cultural aparece pela primeira vez no Brasil a partir da gestão de Mário de Andrade no Departamento de Cultura da Prefeitura de São Paulo, já nos anos 1930, no governo de Getúlio Vargas e gestão de Gustavo Capanema à frente do então Ministério de Educação e Saúde, responsável pela área da cultura. Vale ressaltar que, embora atuando em nível local, em São Paulo, Mário de Andrade foi o primeiro gestor de que se tem registro a empreender um mapeamento das culturas populares no Brasil, num trabalho de pesquisa que resultou em detalhado acervo da Missão de Pesquisas Folclóricas.

Já no segundo governo de Vargas surgem os diversos conselhos culturais que, ao mesmo tempo em que estimulavam a produção, controlavam e cerceavam seus usos — caso do SPHAN/IPHAN, Conselho Nacional de Cultura, Serviço de Radiodifusão Educativa (posteriormente Rádio MEC, que viria, a partir de 2002, integrar a Empresa Brasil de Comunicação, a EBC), Instituto Nacional do Livro, entre outros (BARBALHO, 2007).

No regime militar (anos 1960-1970) surge o Ministério de Educação e Cultura (MEC), em que, pela primeira vez, a cultura recebe o *status* de ser representada num ministério, embora de maneira incipiente. Foi nesse contexto que surgiram diversas fundações públicas de cultura em todo o Brasil, incluindo, em Pernambuco, a Fundação do Patrimônio Artístico e Histórico de Pernambuco (Fundarpe), em 1974, mais uma vez, priorizando a preservação do patrimônio material e com raras ações ligadas à cultura popular (RUBIM, 2008; 2010).

Assim como a cultura, também as políticas de comunicação, no Brasil, passaram por

diferentes fases, marcadas pelas tradições ora autoritárias, ora democráticas do Estado brasileiro e com decisões não tão somente tomadas por questões políticas, mas muitas vezes econômicas. Se traçada uma linha do tempo na história da radiodifusão nacional, a tradição da comunicação público-estatal começa nos idos anos 1920, com as rádios-clubes e rádios-sociedade, sendo expressiva a atuação de Roquette Pinto na radiodifusão educativa estatal ao vincular, já na década seguinte, a primeira emissora de rádio do Brasil ao Ministério da Saúde (CHAGAS, 2012).

Outras iniciativas de radiodifusão educativa vieram na sequência, com o Sistema de Rádio Educativa Nacional (Siren), no final dos anos 1950, e o trabalho de educação popular da Igreja Católica a partir de experiências radiofônicas ligadas à alfabetização, na década de 1960 (CHAGAS, 2012).

Ainda de acordo com a mesma autora (2012), enquanto o decreto inicial da radiodifusão brasileira surge no primeiro período de Vargas, o surgimento da televisão, nos anos 1950, passa a ser um divisor de águas na política nacional e não encontrava precedentes na legislação vigente à época. Assim como aconteceram com as rádios, as concessões foram distribuídas a partir de interesses políticos e econômicos (e não públicos). Embora a economia fosse um fator preponderante nessas ações, a propaganda comercial só começou a ser regulamentada, ainda que de maneira pífia, nos anos 1960, por Jânio Quadros.

Conforme indica Chagas (2012, p. 51), só após aproximadamente 20 anos desde a primeira mobilização dos radiodifusores foi aprovada a Lei 4.117/62, que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT). Logo, o que deveria ser um código específico para a radiodifusão se converteu em um código para as telecomunicações, não só pela natureza do serviço — radiodifusão é espécie do gênero telecomunicação, mas voltado para fins educativos e culturais — mas “também pela urgência imposta pela situação econômica e política do país”.

Entre os anos 1960 e 1970, no esteio da ditadura militar, surgem as primeiras TVs educativas, em geral, ligadas a universidades e organizações privadas sem fins lucrativos, sendo a TVU, em Pernambuco, a primeira TV Universitária instituída, vinculada à Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). O serviço de televisão educativa, de acordo com o decreto-lei nº 236 de 1967, poderia ser “explorado pela União, estados, territórios, municípios, universidades e fundações, sendo destinado estritamente à divulgação de programas educacionais”. A transmissão de aulas, debates e palestras, assim, ficaria permitida ao concessionário, sendo proibida a veiculação de propagandas e a finalidade comercial.

Outro ponto crucial neste panorama acontece em 1975, com a criação da Empresa

Brasileira de Radiodifusão, a Radiobrás. Sua atuação vinha no sentido de implantar e centralizar as emissoras e serviços de radiodifusão do Governo Federal. Sua composição incluía uma agência de notícias, duas emissoras de TV e cinco emissoras de rádio e foi fundada em plena ditadura militar, segundo Bucci (2007), para assegurar, através da radiodifusão, a presença da ideologia da Doutrina de Segurança Nacional no imaginário brasileiro.

No que diz respeito às políticas de comunicação, o acesso à informação no Brasil é um direito estabelecido a partir de 1988, com a Constituição Federal, em seu Artigo 5º. Televisões e rádios também dependem de concessões públicas para veicular seus conteúdos. Vale destacar aqui a Lei do Cabo (lei 8977 de 1995), que regulamenta a TV a Cabo no Brasil, estabeleceu a obrigatoriedade da criação de TVs comunitárias em todo o território nacional. Outra iniciativa é a Lei 9.612/98, que regulamenta o funcionamento das rádios comunitárias. No entanto, tanto em um caso quanto em outro, são muitos os fatores que dificultam se conseguir uma licença de funcionamento e manter uma programação no ar (BUCCI, 2007).

Ainda no que diz respeito às políticas de radiodifusão, as TVs comunitárias no Brasil só passaram a ter licença para operar nos anos 1990, a partir da já mencionada lei de TV a cabo (8.977/95), que garante a obrigatoriedade das operadoras liberarem seis canais de uso gratuito, sendo um deles comunitário. Dados de 2008 apontavam, até então, o número de 80 TVs comunitárias legalizadas e em funcionamento em nível municipal, em todo o Brasil, sendo uma das primeiras a TV Mangue, em Pernambuco.

Antes dessa concessão o que havia eram TVs de rua, com gravações e projeções comunitárias (PERUZZO, 2008, p. 157-160). Uma das TVs de rua mais antigas do Brasil é a TV Viva, criada nos anos 1980, em Olinda-PE, e que circulava pelas comunidades exibindo conteúdos populares. Hoje, esta continua em atividade, não como TV de rua, mas como produtora voltada para assessorar organizações da sociedade civil e movimentos sociais.

Após o cenário de desarticulação nos anos 1990, um novo marco da radiodifusão é apontado com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) em 2008. Instituída a partir de decreto presidencial e posterior lei nº 11.652, é definida como empresa pública, vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, para unificar e gerir, sob controle social, as emissoras federais já existentes, instituindo o Sistema Público de Comunicação, e também com a tarefa de articular e implantar a Rede Nacional de Comunicação Pública (EBC, 2017).

A empresa abrangia, então, os seguintes veículos: TV Brasil, Agência Brasil, Rádio Amazonas, Rádio Alto Solimões, Radioagência Nacional, Rádio MEC AM, Rádio MEC FM,

Rádio Nacional Rio, Rádio Nacional Brasília, Portal EBC, TV Brasil Internacional. Tal sistema, complexo por sua abrangência tanto em áreas de atuação (TV, rádio, internet e agência de notícias) quanto em estrutura e abrangência territorial, apresenta complexidades também de outra natureza (EBC, 2017).

Ocorre que, por ser instrumento de divulgação das ações do poder executivo, a EBC constitui um serviço de comunicação de interesse público, tais como outros veículos de comunicação público-estatal do poder executivo, como a TV NBR (TV do Governo Federal) e a TV Escola, vinculada ao Ministério da Educação (MEC). No entanto, desde os primeiros documentos que a referenciam, a EBC é denominada como articuladora de uma rede nacional de comunicação pública e tenciona qualificar essa nomenclatura a partir de uma série de ações voltadas para se diferenciar daquelas emissoras eminentemente difusoras das ações dos Três Poderes, dentre as quais se incluem, por exemplo, a TV Justiça (ligada ao Poder Judiciário) e a TV Câmara (vinculada ao Poder Legislativo). Assim, depois de uma trajetória da radiodifusão pública brasileira marcada pelo perfil estatal e pela difusão de uma educação tecnicista, a proposta, então, seria de uma comunicação mais participativa (EBC, 2017).

Algumas iniciativas exitosas puderam ser observadas ao longo da primeira década de atividades, como os editais desenvolvidos para apoio e fomento à produção independente na TV Brasil, no campo do conteúdo e, no campo da gestão, o trabalho da ouvidoria e o conselho curador, órgão colegiado interno, escolhido por consulta pública e composto por membros de diferentes segmentos sociais (EBC, 2017).

O conselho curador da EBC ficava responsável por

[...] determinar a linha editorial de seus veículos e por fiscalizar, em nome da sociedade, a observância dos princípios da comunicação pública, sendo o principal instrumento de participação da sociedade na gestão da EBC, diferenciando seus veículos públicos dos canais meramente estatais (controlados exclusivamente por governos ou poderes públicos) e dos veículos comerciais. (EBC, 2017)

A EBC visava suprir uma lacuna no sistema brasileiro de radiodifusão pública, distinguindo-se das estatais ou governamentais por dispor de um conselho curador na gestão, composto por 15 representantes da sociedade civil, quatro representantes do Governo Federal, um representante da Câmara dos Deputados, um representante do Senado e um funcionário da empresa pública. Até 2017, antes do fechamento do conselho e dos cortes na radiodifusão pública que aconteceriam em 2018, Pernambuco contava com uma conselheira, jornalista representante da sociedade civil.

3.3 A iniciativa dos Pontos de Cultura

Em consonância com a ideologia neoliberal que se espalhou da economia para todas as áreas de gestão pública nos anos 1980 e 1990, as leis de incentivo à cultura foram as principais fontes de financiamento para projetos culturais no Brasil até a década de 1990. No entanto, as políticas de comunicação e cultura passam por um ponto de virada, de acordo com os pesquisadores da área, com a gestão do ministro Gilberto Gil (2003-2008), quando, pela primeira vez, a política cultural passa a ter status de política pública, trazendo à tona as culturas populares, especialmente a partir do Programa Cultura Viva (GUERREIRO, 2011).

O programa virou Lei Cultura Viva, em 2014, e uma de suas iniciativas de mais êxito foi a do Ponto de Mídia Livre, que entre 2008 e 2009 buscou contemplar pontos de cultura que trabalhassem, de alguma forma, com *fanzines*, agências de notícias independentes, jornais comunitários ou outras ações de difusão livre, ou seja, não vinculadas diretamente nem a governos nem a mercados. Assim, de acordo com Turino (2009, p. 102), pela primeira vez no Brasil uma política pública preocupou-se com a comunicação como um direito da cidadania.

Tal experiência conectou, também de maneira mais significativa, as áreas de comunicação e cultura no campo das políticas públicas. Até então, a relação exercida entre governo, comunicação e cultura era de dependência, cooptação ou alinhamento, via incentivos fiscais ou subsídios diversos. Agora, o ponto de cultura passava a ser compreendido também em sua dimensão comunicativa, com a comunicação vista como forma de expressão legítima dos diferentes grupos sociais, como direito humano básico, indissociável da cultura (TURINO, 2009, p. 193).

Pontos de Mídia Livre eram, assim, projetos de comunicação compartilhada e participativa. Com a iniciativa, o MinC visava valorizar a comunicação mais alternativa para além do eixo mercadológico. Segundo Turino (2009, p. 102), “com o Ponto de Mídia Livre, a comunicação é tratada como um bem essencial para a cidadania e cabe financiar essa comunicação livre e autônoma via recursos pulverizados e diretos, via pessoas e Estado (como meio de redistribuição de recursos sociais)”.

Ainda no campo do Programa Cultura Viva e de iniciativas como pontos de cultura, várias dessas experiências em todo o Brasil tinham como objetivo de seus projetos a comunicação. Além disso, havia os pontos e pontões (articuladores regionais de pontos de cultura) que trabalhavam com cultura digital e, desta maneira, desenvolviam experiências

colaborativas na web. Em Pernambuco, era o Pontão de Cultura Digital Centro de Desenvolvimento de Tecnologias Livres (CTDL) que mais se envolvia nesse tipo de experimentos, sendo o primeiro pontão de cultura digital do Brasil.

Nessa perspectiva de integração entre cultura e internet, surgiram portais nacionais como o *Iteia* — portal de conteúdo colaborativo de arte e informação — um dos arranjos estudados nesta tese, como veremos a seguir. O Projeto Iteia é uma Rede Independente de Cultura e Cidadania, idealizada pelo Instituto InterCidadania, de Pernambuco, juntamente com parceiros governamentais e não-governamentais, e conta com colaboradores em todo o Brasil, com maior atuação em Pernambuco e na Bahia. De acordo com a sua missão, gerencia, difunde e intercambia conteúdos culturais digitalizados, com amplo suporte tecnológico e integrado com outras redes digitais e não digitais. “A ideia é servir de base de interligação com outros projetos com objetivos similares, formando uma Teia de interação cultural na internet”.

Outra iniciativa, realizada entre 2010 e 2012, foi o Laboratório Cultura Viva (Lab Cultura Viva), um espaço de pesquisa e realização multimídia em TV e Internet que integra a produção dos Pontos de Cultura e a pesquisa universitária, com incubação na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Também o Pontão de Cultura da UFPE realizou uma ação em parceria com a Fundarpe, a TVU e o Pontão de Cultura da UFPE, por meio do Programa Cultura no Ponto. O programa contou com quatro edições, abordando, mensalmente, um tema ligado à área cultural. Os pontos de cultura do Estado participavam não só enquanto geradores de conteúdos para as reportagens, mas nas etapas de produção, apresentação, edição e reportagem (REIS, 2018).

Muitos pontos de cultura, embora não tivessem como principal finalidade a atuação na área de comunicação, realizavam ações voltadas ao cineclubismo, produção de vídeos-documentários, rádios comunitárias e, até mesmo, realizavam festivais independentes regionais para escoar a produção cultural local, especialmente fora dos grandes centros urbanos e mesmo nos rincões sertanejos.

Mesmo com a aprovação da Lei Cultura Viva, em 2014, o programa de pontos de cultura foi descontinuado. À revelia disso, muitos desses grupos seguem ativos ainda hoje, mesmo sem subsídios federais e estaduais para realizar projetos. Isso é um indício de que os projetos que foram criados exclusivamente devido ao incentivo do edital não tiveram fôlego suficiente para avançar, mas as iniciativas que, de fato, atuavam diretamente em suas comunidades como *fazedoras de cultura*, independentemente de editais, seguem buscando formas de resistência e adaptação.

Isso pode ser bem desafiador, mas as experiências reorganizam-se, põem-se em movimento, *arranjam-se* para manter a sua sustentabilidade. Assim, entram em cena soluções como as já apontadas no resultado da nossa dissertação de mestrado: em que pese ser necessário manter a mobilização popular pela conquista das políticas públicas — inclusive, para além de fomento direto —, cabe aos grupos também traçar outras estratégias de sobrevivência, conectando-se em rede e buscando alternativas na economia criativa para garantir sua sobrevivência.

3.4 Políticas públicas locais e o incentivo às ações de comunicação e cultura

A partir de 2019, com as mudanças na gestão da EBC e esta assumindo um perfil mais estatal; com a extinção do MinC e com a pasta da Comunicação atuando dentro do Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) desde 2018, as políticas públicas de comunicação e cultura na esfera federal parecem voltar para os ciclos de ausência e instabilidade, apontados antes por autores como Rubim e Ortiz como uma das nossas *tristes tradições*.

Se ainda não foi possível apontar — tanto na pesquisa do CPCT quanto nesta — o apoio dos fomentos federais para a articulação dos novos arranjos jornalísticos, o acesso a fundos estaduais e municipais garante sustentabilidade e viabilidade a partir dos projetos. Na Grande São Paulo, por exemplo, apontam-se que muitos desses novos grupos surgem a partir da criação do edital municipal VAI, da Prefeitura de São Paulo (FIGARO, 2018).

Criado em 2003, o Programa de Valorização de Iniciativas Culturais (VAI) é uma política pública municipal que visa apoiar financeiramente os coletivos culturais da cidade de São Paulo, a partir de edital e seleção de projetos culturais enviados pelos grupos. O Programa também oferece uma série de oficinas de capacitação para elaboração e gestão administrativo-financeira do projeto (OLIVEIRA, 2018; MACIEL, D., 2018).

Em Pernambuco, o Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura (Funcultura) é uma das principais políticas públicas do Estado, instituído pela Lei 12.310, de 19 de dezembro de 2002 e gerido pela Fundarpe. O governo de Pernambuco implementou essa política pública em substituição ao antigo Sistema de Incentivo à Cultura (SIC) e, segundo dados fornecidos pela Fundarpe, o modelo do Funcultura inspirou o Sistema Nacional de Cultura (SNC) na esfera federal (REIS, 2018).

A partir de editais anuais, são fomentados projetos culturais independentes nas mais diversas áreas, sendo um destes de incentivo exclusivo para Produção Audiovisual, que contempla desde a produção de filmes em longa, média e curta-metragem, até pesquisas, preservação de acervos cinematográficos, realização de oficinas de formação e, ainda, a produção para TVs públicas locais, a partir de parceria com o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), da Agência Nacional de Cinema (Ancine), que prevê editais regionais.

Além deste edital específico voltado para o Audiovisual, há ainda os editais de Música e o Funcultura Independente, voltado para as artes em geral. Neste também são contempladas iniciativas de comunicação, via formações, programas de rádio, *podcasts*, pesquisa, produção editorial, realização de festivais, etc. Todos os arranjos estudados em Pernambuco acessam esses editais como alguns de seus principais recursos de viabilização dos projetos de médio e longo prazo.

Na esfera municipal, o Recife conta com o Sistema de Incentivo à Cultura (SIC) e, por meio deste, do Fundo de Incentivo à Cultura (FIC), também com editais anuais. O sistema é gerido pela Fundação de Cultura Cidade do Recife, mesma fundação responsável por gerir a Rádio Frei Caneca, primeira rádio pública municipal do Recife. Aprovada pela lei municipal 6511, em 1960, a rádio só entrou no ar em 2016, fruto de anos de articulação e mobilização de movimentos sociais, mais especificamente, movimentos pela democratização da comunicação, capitaneados pelo Fórum Pernambucano de Comunicação (Fopecom), fórum sobre o qual falaremos um pouco mais a seguir.

Mesmo assim, a rádio não conta com orçamento próprio de execução, disputando recursos com as verbas da cultura, em geral, destinadas para o calendário de grandes eventos, especialmente, Carnaval e ciclo junino. A rádio não conta com conselho gestor — reivindicação do movimento de comunicação local — mas, com um grupo de trabalho (GT) composto por membros do governo municipal, funcionários da rádio e membros da sociedade civil, que discutem, basicamente, editais de ocupação da grade de programação.

Ainda em nível estadual e no campo da radiodifusão, é importante pontuar a atuação da TV Pernambuco, emissora pública ligada ao governo estadual no ar desde 1984 e que passou, ao longo de várias gestões, por um perfil ora mais *estatal*, ora mais *público*. A partir de 2011, a TVPE passa a ser gerida pela Empresa Pernambuco de Comunicação (EPC), criada a partir da Lei Estadual nº 14.404/2011. A EPC é uma empresa pública que presta serviços de radiodifusão pública, responsável pela TVPE, que produz e veicula conteúdo audiovisual de interesse público em todo o estado e atualmente integra a Rede Nacional de Comunicação Pública,

liderada pela EBC/TV Brasil (EPC, 2020).

Desde então, a TVPE experimenta, ainda de forma tímida, uma maior participação social a partir de editais de ocupação da grade de programação, em parcerias com sociedade civil, universidades e também via Funcultura, e conta também com conselho gestor misto, com membros do governo estadual e representantes da sociedade civil.

Já na Bahia não existem leis específicas que guiem políticas públicas culturais e, sim, políticas culturais definidas a partir das diferentes gestões governamentais, com escassos editais de acesso a fomento. Em nível estadual, a Fundação de Cultura do Estado da Bahia (Funceb) e a Fundação Pedro Calmon cancelam as instituições culturais (bibliotecas, museus, casas de cultura) e os grandes eventos, como o Carnaval. Em nível municipal, no caso da capital, Salvador, é a Fundação Gregório de Matos que toca os projetos culturais.

Vale ressaltar que, no campo da radiodifusão pública, a Bahia conta com o Instituto de Radiodifusão do Estado da Bahia (Irdeb), responsável pela gestão da TV Educativa (TVE) e pela Rádio Educadora FM e integrante da Associação das Emissoras Públicas Educativas (Abepec).

3.5 *Coronelismo eletrônico* e movimentos de luta pela democratização da comunicação no Brasil

No que diz respeito às temáticas sociais, coberturas jornalísticas descontextualizadas, abordagens estereotipadas e supressão da agenda de luta por direitos demonstram que a atuação da mídia tradicional não contempla a multiplicidade de vozes que compõem a sociedade contemporânea.

Autores como Lima (2011) estudam o fenômeno do “coronelismo eletrônico” como a alta concentração dos veículos de radiodifusão no Brasil, que passam a se constituir, muitas vezes, como verdadeiros oligopólios de poder. Se antes o coronel, donos das terras, era quem concentrava poder em suas regiões de origem — fenômeno muito presente nos territórios rurais — hoje a concentração de poder se dá via meios eletrônicos. Tal constatação fez com que o movimento das rádios comunitárias, por meio da Associação Brasileira de Rádios Comunitárias (Abraço), passasse a reivindicar o direito à “reforma agrária do ar”, numa analogia à luta pela terra (REIS, 2018).

No período do regime militar, a concessão de um veículo de rádio ou TV se dava como uma espécie de *troca de favores*, sendo esta sanção fornecida diretamente pela Presidência da República. A partir da Constituição Federal de 1988 tais concessões e outorgas passam a ser mediadas pelo Poder Legislativo, aventando possibilidades de descentralização (BARROS, 2019).

Mas em que medida a outorga e a concessão da radiodifusão brasileira são democráticas, sem controle social ou transparência? Parece que *se trocam os personagens* e passa a surgir um “coronelismo eletrônico de novo tipo”, como apresentado por Janaína Barros em sua tese de 2019, referenciada em autores como Lima (2011).

Para a autora (2019):

A divisão entre o Executivo e o Legislativo sobre o poder da concessão, renovação ou cancelamento das outorgas para radiodifusão – comercial, educativa e comunitária –, provocou um contrassenso no exercício do poder dos legisladores federais, que passaram a legislar a favor de seus próprios interesses e dos grupos econômicos dos quais participam, inclusive atuando contra as leis que objetivam democratizar a comunicação (BARROS, 2019, p. 63)

Assim, além de a alta concentração das mídias tradicionais gerar conglomerados de comunicação, com sistemas que abrangem mídia impressa, rádio, TV e Internet, por si só, o sistema público de radiodifusão, previsto pela Constituição Federal, não contempla demandas da sociedade como um todo.

Mesmo com a proibição prevista pela Constituição Federal, os veículos impressos são de propriedade cruzada entre as empresas, e as televisões e rádios são concedidas para estas mesmas empresas, muitas vezes, ligadas a políticos e/ou grupos religiosos¹⁰. TVs e rádios educativas e comunitárias passam a ser geridas por esses grupos, que atuam em favor de interesses próprios e não públicos ou comunitários (FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO, 2013).

¹⁰ Pesquisa realizada em 2017, em parceria entre o Coletivo Intervezes, no Brasil, e o Repórteres sem Fronteiras (RSF), da França, concluiu que cinco famílias controlam metade dos 50 principais veículos de comunicação no país. A pesquisa Monitoramento da Propriedade de Mídia, em Inglês, *Media Ownership Monitor* (MOM) sobre o Brasil é a 11ª versão do levantamento, realizado anteriormente em dez outros países em desenvolvimento: Camboja, Colômbia, Filipinas, Mongólia, Gana, Peru, Sérvia, Tunísia, Turquia e Ucrânia. Trata-se de um projeto global financiado pelo governo da Alemanha e acompanha um *ranking* de Risco à Pluralidade de Mídia, no qual o Brasil ocupa o 11º lugar, o último da lista. Nos 10 indicadores do *ranking*, o Brasil apresenta alto risco em seis desses marcadores. Ver em: <https://brazil.mom-rsf.org/br/midia/>. Acesso em: 17 dez. 2020.

Figura 9 — Quadros da Pesquisa Monitoramento de Propriedade da Mídia



Fonte: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/cinco-familias-controlam-50-dos-principais-veiculos-de-midia-do-pais-indica-relatorio/>. Acesso em: 17 dez. 2020.

Com isso, começam a surgir e se articular nacionalmente movimentos de luta pela democratização da comunicação, como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) e o Coletivo Intervezes (Coletivo Brasil de Democratização da Comunicação). Nascido em 2003, o Intervezes é um coletivo formado por ativistas e comunicadores, com representações em 15 estados brasileiros e no Distrito Federal (INTERVOZES, 2019).

Já o FNDC esteve à frente, ainda, de lutas políticas pelo direito à comunicação como concepção do conceito de radiodifusão comunitária, a regulamentação da cabodifusão, a reforma da Lei de Imprensa e a criação do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional (CCS). Além disso, participou, junto ao Intervezes e vários outros movimentos de discussões e articulações que possibilitaram a criação da EBC.

É a partir do pressuposto de que a democracia no Brasil não pode existir sem a efetiva democratização dos meios de comunicação que surge, nos anos 1990, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). O FNDC inclui

[...] entidades da sociedade para enfrentar os problemas da área no país [...] entre associações, sindicatos, movimentos sociais, organizações não-governamentais e coletivos que se articulam para denunciar e combater a grave concentração econômica na mídia, a ausência de pluralidade política e de diversidade social e cultural nas fontes de informação [...] e as inúmeras violações à liberdade de expressão. (FNDC, 2019)

Na década de 1980 o fórum existia como movimento social pela democratização da comunicação. Nessa época, teve papel essencial no embate político, institucional e teórico sobre o setor, atuando na finalização dos trabalhos da Assembleia Nacional Constituinte que preparava a nova Constituição Federal e contribuindo para o capítulo V da Carta Magna, com artigos que tratam especificamente da Comunicação (FNDC, 2019).

Ainda de acordo com informações do site do FNDC:

Como o resultado da Assembleia Constituinte não foi tão promissor quanto as expectativas do movimento à época, as entidades de classe que formavam a então Frente Nacional por Políticas Democráticas de Comunicação (FNPDC) decidiram que era preciso manter um esforço permanente de mobilização e ação na busca de políticas que democratizassem de fato a área. Assim, criaram, em 1991, a associação civil FNDC, com atuação no planejamento, mobilização, relacionamento, formulação de projetos e empreendimento de medidas legais e políticas para promover a democracia na Comunicação. Quatro anos depois, no dia 20 de agosto 1995, o FNDC passou a existir como entidade (FNDC, 2019)

Os estados de Pernambuco e da Bahia também se articulam em movimentos locais voltados para a democratização da comunicação, mais especificamente, a partir da década de 2000. Em Pernambuco, o Fórum Pernambucano de Comunicação (Fopecom) surge em 2004, formado por várias organizações da sociedade civil e, particularmente, pelo Centro de Cultura Luiz Freire (CCLF), entidade fundada em 1974 em cenário de resistência ao contexto de ditadura militar.

Em artigo para livro que conta a história dos primeiros 45 anos do CCLF (REIS;

ALENCAR, 2018), o jornalista Ivan Moraes¹¹, que atuou no Centro por 12 anos e hoje é um dos sócios da casa, relembra os tempos de criação do Fórum:

Nesses tempos, diversas articulações da sociedade civil em Pernambuco já debatiam, em algum grau, a comunicação. O Movimento Nacional de Direitos Humanos (MNDH) tinha um grupo de trabalho para esse fim; a Associação Brasileira de Ongs (Abong) também. Incentivadas pelo Ministério Público estadual, algumas organizações da sociedade civil também se articulavam para montar um comitê da campanha Quem Financia a Baixaria é Contra a Cidadania, que buscava reduzir violações de direitos humanos na televisão (MORAES, 2018, p. 99)

Além disso, o Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Pernambuco (Sinjope) articulava a criação do capítulo local do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (que veio a acontecer dez anos depois) e “nacionalmente dezenas de grupos começavam a se organizar na então campanha Cris Brasil (*Communication Rights in the Information Society*), que trazia um componente novo: a atribuição de indicadores para medir esse direito” (MORAES, 2018, p. 99).

A necessidade de buscar um novo marco regulatório da radiodifusão, direito à informação e fortalecimento da mídia pública já eram pautas constantes e cada vez mais sendo debatidas por mais sujeitos. Para otimizar esforços, nesse mesmo ano foi criado o Fopecom, juntando grupos como Ong Gestos, Auçuba, Ventilador Cultural, Enecos, Origem, Gajop, Centro Josué de Castro, Sinjope, Cendhec, Sinos, Coletivo Mulher Vida, SOS Corpo.

Hoje, ainda segundo o autor, o Fopecom é referência regional para o debate sobre o tema e ainda atuou para a implementação da TV Brasil como emissora pública em 2007:

[...] na pressão para a realização da I Conferência Nacional de Comunicação (2009), na luta pela aprovação da Lei de Acesso à Informação (12.527/2011), pela aprovação do Marco Civil da Internet (12.965/14) e em todos os processos locais e nacionais que se articulam para que todo mundo possa exercer plenamente o direito de se comunicar. (MORAES, 2018, p. 100)

Ainda no mesmo texto, Moraes (2018) correlaciona o Fopecom ao movimento estadual Cultura e Comunicação, que acabou dando início a uma retomada da TV Pernambuco com a criação da Empresa Pernambuco de Comunicação, em 2013 e à criação, em 2014, do comitê pernambucano do FNDC. Também foram realizados, em 2005 e em 2019, dois encontros estaduais de direito à comunicação em parceria com a Universidade Católica de Pernambuco (Unicap) e com o CCLF. Em ambos participaram estudantes, jornalistas independentes,

¹¹ Ivan Moraes Filho também é mestre em Comunicação pela UFPE. Ver: MORAES FILHO, I. **A privatização das ondas do ar: regulação da radiodifusão no Brasil e nos Estados Unidos**. 2015. 185f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2015.

trabalhadores de ONGs e ativistas de sindicatos e de movimentos sociais e culturais.

Por fim, Moraes também aponta a ação do movimento como importante no impacto dos currículos das faculdades e no surgimento de novos coletivos independentes:

O diálogo permanente com a academia e grupos populares acabou trazendo o tema do direito à comunicação para praticamente todas as grades curriculares do Estado e estimulou a implementação de coletivos independentes que utilizam as ferramentas que possuem para disputar narrativas na radiodifusão e no ambiente virtual. (MORAES, 2018, p. 102)

Para entender melhor o contexto das políticas de comunicação na Bahia, entrevistamos o Prof. Dr. Pedro Caribé como fonte primária¹². Para ele, o Estado da Bahia acompanha o cenário nacional, com mais articulação dos movimentos de comunicação desde a década de 2000, a partir de uma maior expansão do acesso à internet.

Antes disso, segundo o professor, o que se tinha era um panorama tecnológico e político de *coronelismo eletrônico* e imprensa tradicional ainda pujante. Em paralelo, havia algumas iniciativas de jornais independentes, jornais anarquistas, como o *Província da Bahia*, e jornais de esquerda, no esteio dos resquícios de resistência ao regime militar dos anos 1970 e 1980. Alguns jornalistas, na imprensa tradicional, conseguiam ter mais autonomia e pautar, de dentro da redação, temas mais ligados à liberdade de expressão e democracia.

A partir da década de 2000, ainda segundo o pesquisador, havia, por um lado, maior fortalecimento do próprio movimento estudantil de comunicação, com a criação da Executiva Nacional de Estudantes de Comunicação Social (Enecos), com debates sobre as pautas de coronelismo eletrônico e de democratização da comunicação. Por outro, havia o surgimento de organizações não-governamentais em Salvador e em algumas cidades do interior pautando as questões da comunicação, como o próprio Instituto Mídia Étnica (IME) e a ONG Cipó, que atuava com ações educacionais¹³ na capital.

Em Feira de Santana, no Sertão, e na região sisaleira¹⁴, compreendendo as cidades do entorno — Riachão do Jacuípe, Conceição do Coité, Retirolândia —, o movimento de articulação de rádios comunitárias locais era estruturado e capitaneado pelo trabalho da ONG Movimento de Organização Comunitária, o MOC. Ao mesmo tempo, Caribé (2019) aponta que

¹² Pedro Caribé é baiano, jornalista, doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade de Brasília (UNB) e um reconhecido articulador do movimento de comunicação em níveis estadual e nacional, atuando mais diretamente entre 2006 e 2015. É responsável pelo Coletivo Bahia 1798, que mapeia grupos de mídia independente em todo o Estado da Bahia.

¹³ Campo de estudos da Área de Ciências da Comunicação que busca relacionar a interface entre as áreas de comunicação e de educação, voltando-se para educação para as mídias e atuando na proposição de políticas públicas.

¹⁴ Território conhecido pela produção agrária da fibra do sisal, fio utilizado para confecção de artesanato.

a década de 2000 indicava o surgimento de cursos de comunicação nas universidades estaduais, em cidades como Vitória da Conquista, Juazeiro, Ilhéus, Itabuna, a Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), a Universidade Estadual da Bahia (Uneb) que, além da interiorização, já atuava na área há algum tempo, além dos próprios cursos de comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

As universidades particulares, como a Jorge Amado (Unijorge) e alguns professores e jornais laboratórios também traziam algumas experiências de formação mais experimental. Esse era o panorama, a seu ver, que fomentava a articulação de um movimento local pela democratização da comunicação.

Ainda segundo a mesma fonte, o FNDC se organizava localmente, até por volta de 2006, a partir do sindicato dos bancários, sindicato dos jornalistas e militantes de partidos políticos, como o PCdoB. Nacionalmente, começava-se a discutir a I Confecom, no âmbito da Comissão dos Direitos Humanos do Congresso Nacional. No Estado da Bahia, em 2007, com a chegada ao poder de um governo estadual de esquerda, do PT, começavam a se articular conferências estaduais em diversas áreas dos direitos sociais.

A Conferência Estadual de Comunicação da Bahia aconteceu em 2008 e a Bahia foi o único estado brasileiro a conseguir realizar essa conferência em nível estadual, servindo de referência para o debate nacional, que viria a acontecer em 2009. O governo estadual saiu da I Confecom com o compromisso de ter um Conselho Estadual de Comunicação, o que só foi viabilizado em 2012 e teve duas gestões, com rodas de diálogos, escutas das comunidades e participação de representantes do Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (Irdeb), das secretarias estaduais e da sociedade civil, como representação local do coletivo Intervozes e de ONGs. Da primeira para a segunda gestão houve uma certa desmobilização da participação da sociedade civil, reflexo da desmobilização também em outras frentes de participação.

Sobre essa desarticulação, Caribé (2019) afirma:

A gente vai se desarticulando, essa mobilização maior também foi perdendo, porque mídia independente, alternativa, comunitária, ela vai enfraquecendo, ela se desfaz, as ONGs foram enfraquecendo... Os estudantes são fluidos, eles modificam a cada dois anos, é um panorama bem diferente, porque muda a geração. Dois, três anos, no máximo e você já tem um outro panorama, já não são ser os mesmos estudantes, eles já não participam do processo (CARIBÉ, 2019)

Para Caribé (2019), a desmobilização do formato de conselhos e a desarticulação das políticas públicas de cultura, nos dias atuais, são reflexo também do panorama nacional de ascensão de governos liberais, especialmente, na esfera federal.

3.6 Mídia ativista, comunitária, popular, alternativa, independente, radical

Se definimos, aqui, o movimento pela democratização da comunicação como um movimento social, é preciso esclarecer que a própria concepção de movimentos sociais, hoje, sofre mudanças. Nas palavras de Gohn (2007; 2014), uma das principais características dos novos movimentos sociais é a compartimentalização das reivindicações. Se antes, basicamente, as principais diferenças se encontravam entre movimentos do campo e da cidade, desde a década de 1990 as pautas são múltiplas: o movimento ecológico, assim, atua na complexidade relação entre campo e cidade. O desafio para o jornalismo contemporâneo, então, constitui-se em cobrir/reportar/narrar as especificidades de cada grupo social, sem perder de vista a causa comum.

Já Castells, ao avaliar a crise democrática dos tempos atuais, reafirma o papel dos jornalistas como peça fundamental na arquitetura da democracia: “o rompimento fora das instituições tem um alto custo social e pessoal, *demonizado* por meios de comunicação que, em última análise, são controlados pelo dinheiro ou pelo Estado, apesar da resistência muitas vezes *heroica* dos jornalistas” (CASTELLS, 2018, p.14, *grifos nossos*).

Castells aqui se refere a jornalistas da mídia tradicional, mas se sabe que mídias *independentes, alternativas, comunitárias, populares* ou *livres*¹⁵ constituem-se como ponto fundamental para a defesa da democracia e na resistência à retirada de direitos, como mencionamos antes.

Em trabalho anterior (REIS, 2018), buscamos compreender as diferenças entre os conceitos de comunicação *popular, alternativa e comunitária*, optando pela definição de Peruzzo (1998; 2010), quando diz que os termos *popular, alternativo* ou *comunitário* referem-se, na verdade, aos mesmos processos participativos, mas tais nomenclaturas foram adotadas em momentos distintos na realidade brasileira.

Em tempos de regime militar, adotava-se o termo *alternativo* para toda a comunicação contra-hegemônica (KUCINSKI, 2001; PEREIRA FILHO, 2004). Já no período de redemocratização, o termo mais adotado era *popular*, no sentido de convocação do povo para

¹⁵ Embora nosso ponto de partida para a pesquisa tenha sido o mapa de jornalismo independente da Agência Pública, decidimos pela autodeclaração para que os próprios entrevistados definissem se consideram o seu arranjo como independente/alternativo, mas utilizamos como critério de seleção para o *corpus* aqueles que, em primeiro lugar, declarassem o trabalho que fazem como jornalismo. Assim, os que, na primeira fase da pesquisa, afirmaram que não consideravam o seu trabalho como jornalístico, foram retirados do escopo de análise — caso, por exemplo, do *FavelaNews*.

participar politicamente. Nas últimas décadas, convencionou-se usar o termo comunitário para a participação da sociedade civil seja nas comunidades, nos movimentos sociais e/ou nas organizações não-governamentais (PERUZZO, 1998; 2010).

Já sobre o termo *comunitário*, pode-se retomar Bauman (2003) quando diz que a comunidade se fortalece quando há compartilhamento e cuidado mútuo. Para ele, viver em comunidade pressupõe a criação de laços de interdependência. Há tarefas na comunidade que só podem ser realizadas a partir do trabalho coletivo. O controle dos desafios e limites do âmbito comunitário deve ser obtido pela articulação do grupo, por uma “comunidade tecida em conjunto” (BAUMAN, 2003, p. 133-134).

Paiva (2003) e Peruzzo (2002; 2003) concordam que, na atualidade, novas características suplantam o que se convencionou, no passado, a se denominar comunidade, como a exigência de compartilhar um mesmo espaço físico. Ambas as pesquisadoras reconhecem que, em virtude dos avanços tecnológicos, esse convívio, em que se baseia a comunidade, pode estar em relação.

Por sua vez, Peruzzo (2002) afirma que as comunidades atuais, para sobreviverem, também precisam se adequar a essas novas configurações, ou seja, a uma articulação em rede. As comunidades contemporâneas extrapolam os laços da territorialidade e podem convergir, por exemplo, como comunidades virtuais.

Mídia radical (DOWNING, 2002) ou *mediativismo* (BENTES, 2015) podem ser conceitos utilizados para se analisar, por exemplo, as experiências trazidas nos últimos anos por coletivos e grupos como Mídia Ninja, Coletivo Nigéria e outros que atuaram mais diretamente em coberturas jornalísticas de protestos, manifestações de rua e mobilizações que proliferaram no Brasil a partir de 2013, com ênfase em cobertura audiovisual e rápida circulação de conteúdos nas redes. Para Downing (2002), mídia radical se refere a expressões de cultura popular em oposição a expressões da cultura hegemônica — e aqui, mais uma vez, recupera-se o conceito de Gramsci (2001) — ou dominante, a partir das experiências dos movimentos sociais. Já o conceito de *mediativismo* é trazido por Bentes (2015), justamente ao analisar o coletivo Mídia Ninja e esmiuçar a ideia de *mídia-multidão*, em que a mediação por tecnologias da informação e da comunicação (TICs) se torna crucial para interações e intervenções midiáticas em tempo real.

Sobre o Mídia Ninja, talvez seja possível referendá-lo como um dos primeiros e, hoje, um dos mais conhecidos, dentre os grupos de mídia independente a despontar no cenário atual:

Integrante do Coletivo Fora do Eixo, que atua com contracultura, mediativismo e midialivrismo desde 2006, a Mídia NINJA foi fundada em

2013 e ganhou notoriedade durante as manifestações de junho, quando realizou coberturas ao vivo de dentro dos protestos, com múltiplos pontos de vista invisibilizados pela mídia tradicional. “Em 2016 foi uma das principais iniciativas de resistência na luta pelo fortalecimento da democracia em meio a instabilidade política. Hoje a rede engaja mais de 2 milhões de apoiadores e cerca de 500 pessoas diretamente envolvidas com o suporte de casas coletivas pelo Brasil”. (MÍDIA NINJA, 2020)

Já o Coletivo Nigéria nasce no Ceará e tem uma atuação mais presente na área do audiovisual. É compreendido, entre o próprio movimento de comunicação, como o primeiro coletivo de comunicação a registrar em vídeo as manifestações *Não Vai Ter Copa* em 2014. Depois disso, já recebeu prêmios e realizou vídeo-reportagens em profundidade com apoio de editais e em parceria com a *Agência Pública* (COLETIVO NIGÉRIA, 2019).

Na última década, o que se observa é que, muito além da autodefinição como *comunitários, independentes, midiativistas, alternativos, populares* ou *comunitários*, os grupos convencionaram se chamar de *coletivos*. Uma boa acepção para o termo podemos encontrar em Queiroga (2015, p. 149), quando, em estudo sobre coletivos fotográficos, parte da premissa de que esses *coletivos* de trabalho são grupos que surgem “num cenário fortemente influenciado pelo cenário da cultura da convergência, com a crescente digitalização que a sociedade vive, o que permite um denominador comum quanto às plataformas de trabalho”.

3.7 Mídia independente em Pernambuco e na Bahia

Se a imprensa oficial se instaura no país a partir da chegada da Coroa Portuguesa, em 1808 — e antes, além da falta de periódicos, não havia tipografias, serviços telegráficos, bibliotecas ou quaisquer outros meios de comunicação registrados —, nem por isso brasileiros deixavam de produzir e acessar informação, de uma forma ou de outra, utilizando-se de meios *alternativos* para isso, já no século 18 (BARBOSA, 2013; SODRÉ, 1999).

Ao lançarmos um olhar para a História do Jornalismo no Brasil podemos observar que tanto Pernambuco quanto Bahia são vanguarda nas experiências de mídia independente. A primeira tentativa de se imprimir um jornal alternativo foi em Pernambuco, datando-se de 1707, quando um prelo foi impedido de funcionar pela autoridade colonial. Pernambuco também foi pioneiro em experiências de mídia negra, sendo o primeiro jornal, *O Homem de Côr*, publicado em 1876 (PINTO, 2007).

Uma das principais lideranças da Revolução Pernambucana de 1817, Frei Caneca fundou e redigiu o jornal *Tiphys Pernambucano*, que contestava os poderes instituídos, incitava a luta pela independência e inspirou a Confederação do Equador, mais um levante libertário de dimensão nacional. Tal é a importância deste marco histórico que o nome de Frei Caneca inspirou o nome da primeira rádio pública municipal do Recife, sobre a qual relatamos acima.

Pode-se afirmar que uma das primeiras experiências comunicacionais coletivas foi aquela vivenciada na Revolta dos Búzios, ou Revolta dos Alfaiates, em Salvador. A Revolta dos Búzios é considerada um marco na formação do país porque é quando se propõe, pela primeira vez, a independência e igualdade racial conjuntamente, em 1798. Um dos elementos da Revolta dos Búzios foi a distribuição dos chamados pasquins sediciosos, panfletos nas portas das casas das pessoas, no dia 12 de agosto de 1798. Assim, a palavra escrita e impressa ganhava espaço nas ruas e nas portas das residências e estabelecimentos comerciais (CARIBÉ, 2019; PINTO, 2007; MATTOS, 1998).

Aqui, as questões étnico-raciais merecem destaque, especialmente na diferenciação em relação ao tratamento conferido a participantes do levante.

Um dos que escreveram esses pasquins, Luiz Gonzaga, um homem negro, teve as mãos decepadas. Cipriano Barata também estava envolvido, mas não aconteceu nada com ele. Foi para Pernambuco, de onde fez a Confederação do Equador. Então, eram os negros que eram mais afetados no combate. (CARIBÉ, 2019)

Ainda sobre a Revolta dos Búzios, ele afirma:

A Revolta dos Búzios envolvia comerciantes, gente ligada à Revolução Francesa, disputa por protetorados na África, a mudança de capital de Salvador para o Rio de Janeiro, a recente Revolta do Haiti, feita por escravizados. Então, nessa conjunção, a *elite brasileira* sabia que, para fazer uma revolução, uma tomada de poder, para ter apoio popular nas manifestações, para o povo entrar em cena, era importante fazer alterações na ordem política e econômica, que faz parte das revoluções burguesas europeias. E o caldo popular em Salvador era de gente negra, de origem africana (CARIBÉ, 2019, grifos nossos).

Trata-se do final do século 18, antes da Revolta dos Malês¹⁶. Então, “a Revolta dos Búzios é um marco de liberdade de expressão, e mostra como as iniciativas, no caso da Bahia, protagonizadas por pessoas negras, são as iniciativas do ponto de vista mais *radicais*, no enfrentamento do cerceamento da liberdade de expressão” (CARIBÉ, 2019, grifos nossos).

¹⁶ Levante protagonizado por negros escravizados em Salvador, em 1835, liderado, em sua maioria, por malês (origem islâmica), contra a escravidão. É considerada uma das principais rebeliões, dentre os movimentos sociais nacionais. Sobre movimentos sociais populares no Brasil, ver: GOHN, M. **História da luta dos movimentos e lutas sociais: a construção da cidadania dos brasileiros**. 8. ed. Rio de Janeiro: Loyola, 1995.

Para além desses movimentos, de lá para cá foram muitas as experiências de mídia alternativa ou independente e, nos dias atuais, ambos os estados contam com um número expressivo de dezenas de coletivos e grupos que se autodeclaram realizadores de comunicação independente/popular/alternativa/comunitária. Em Pernambuco, em 2019, o *Marco Zero Conteúdo* — veículo de jornalismo independente fundado em 2015 — iniciou mapeamento de iniciativas de comunicação popular na Região Metropolitana do Recife, pesquisa ainda em aberto. São alguns deles, por exemplo, o grupo *FavelaNews* e o Coletivo Tururu.

Surgido no Recife, o grupo *FavelaNews* é, segundo informações coletadas em seu blog, um canal de notícias que mostra a vida e o movimento dos moradores das favelas de Recife. O coletivo pretende, com isso, mostrar como vivem e pensam seus moradores, mas também problemas que enfrentam no dia a dia. Assim, têm como slogan: *A nossa favela como ela é!* e ressignificam o uso do termo *favela*, reivindicando-o como sua identidade institucional. Assim, em sua página publicam um vídeo-manifesto em que explicitam os valores que embasam sua atuação.

A equipe, segundo informações de seu site, é formada por cinco pessoas, sendo dois coordenadores, representantes das organizações mantenedoras (o arranjo é financiado com recursos de grupos internacionais) e três comunicadores (duas mulheres e um homem), sendo apenas uma dessas, jornalista por formação, graduada pela UFPE. Essa é a responsável pela gravação e edição dos vídeos e também produz o conteúdo jornalístico para o blog.

Os outros dois comunicadores que compõem o coletivo são moradores de periferias urbanas do Recife; sendo um b-boy, ator e com formação audiovisual autodidata e a outra componente, educadora e comunicadora formada pela Escola Oi Kabum! de Arte e Tecnologia, escola técnica ligada à ONG Auçuba Comunicação e Educação em parceria com o Instituto Oi Futuro que, entre 2008 e 2016, ofereceu formação técnica para turmas de jovens de bairros periféricos do Recife.

Esta comunicadora ainda fundou a Rede Tumulto, em 2019, voltada para ações de comunicação ativista em rede nas periferias (com intervenções urbanas como lambe-lambe, entre outras ações pontuais) e também já atuou como formadora de outros comunicadores na Central Única de Favelas (Cufa), no Rio de Janeiro, sendo este também um veículo de mídia independente identificado pelo Mapa de Jornalismo Independente da *Agência Pública*.

A especialidade de produção do canal é o conteúdo audiovisual, seja em notícias/matérias jornalísticas, *webséries* ou documentários cujo principal escoamento da produção acontece em seu blog, site e nas redes sociais — *YouTube*, *Facebook*, *Twitter*,

Instagram. Nas matérias, publicadas semanalmente no *Giro Periférico*, enfatizam o protagonismo comunitário, com base em fontes locais e entrevistando moradores das comunidades periféricas — desde idosos a crianças — contando suas histórias de vida, relatos sobre a memória do bairro, curiosidades, com uma abordagem afirmativa das questões locais, bem como problematizando os conflitos sociais e os desafios no enfrentamento à falta de políticas públicas. Em 2018, integrando um projeto chamado Climax e Territórios, lançaram, em seu canal no *YouTube*, a *websérie Giro no Capibaribe*, em que o território ribeirinho é apresentado a partir de quem vive, na capital, às margens do Rio Capibaribe — principal rio a cortar o estado de Pernambuco.

Já o Coletivo Tururu se autodenomina um coletivo de comunicação comunitária. Com ação local na comunidade homônima, no bairro do Janga, em Paulista, na região metropolitana, sua base de atuação é no registro das histórias locais, na cobertura fotográfica e audiovisual de ações por cobranças por políticas públicas (funcionamento do posto de saúde, calçamento de ruas, acesso à água) e, especificamente, na violência policial contra a juventude negra. Além disso, realiza pontualmente oficinas de comunicação popular, inclusive, online, em plataformas digitais.

O Coletivo Tururu não tem site, sua atuação se dá nas redes *Facebook* e *Instagram*. Em 2020, já no contexto da pandemia de COVID-19, foi um dos coletivos nacionais a ser contemplado por editais para comunicadores periféricos voltados para cobertura local do combate à pandemia. Um dos editais foi fomentado pelo Instituto Galo da Manhã e pelo arranjo Desabafo Social¹⁷, na Bahia, iniciativa criada pela jornalista Monique Evelle, e que apoiou iniciativas de comunicação em territórios periféricos com premiações de R\$ 5 mil. Sobre o Desabafo Social, falaremos um pouco mais a seguir.

O já citado *Marco Zero Conteúdo*¹⁸ se intitula um coletivo de jornalismo investigativo. Neste veículo, todos os contratados — tanto da equipe fixa quanto de projetos especiais — têm nível superior em jornalismo, alguns com mestrado e doutorado, e passagem nas mais tradicionais redações de jornalismo de Pernambuco: *Jornal do Commercio*, *Diário de Pernambuco* e *Folha de Pernambuco*.

A maior parte da equipe fixa, também, já atuou com consultoria em comunicação para organizações governamentais e não-governamentais e, alguns, como professores universitários

¹⁷ Na primeira fase da pesquisa, o Desabafo Social foi listado para compor o *corpus*, porém não obtivemos retorno para a fase de entrevistas.

¹⁸ O *Marco Zero Conteúdo* foi um dos arranjos entrevistados na primeira fase desta pesquisa. No entanto, ao optarmos por fazer um recorte em grupos de jornalismo cultural, devido às características em comum que uniam os demais arranjos da pesquisa, não apresentamos, neste material, uma análise aprofundada deste.

de curso superior em jornalismo e na pós-graduação. Alguns de seus fundadores, inclusive, compõem coordenação e corpo docente de uma Pós-Graduação em Jornalismo Independente e Gestão de Negócios, oferecida a partir de 2019 como especialização *latu sensu* pela Unicap, universidade que mantém o mais antigo curso de jornalismo de Pernambuco, com 50 anos de existência.

Segundo consta em seu site, propõe-se a ser um fomentador do debate sobre o futuro e as melhores práticas do jornalismo, aliando produção teórica, aperfeiçoamento profissional e aplicação prática das ideias e conceitos desenvolvidos e “aposta em matérias aprofundadas, independentes e de interesse público, que são produzidas e editadas por jornalistas que procuram ver o mundo com um olhar diferenciado, nossas reportagens podem ser livremente reproduzidas por qualquer veículo sob a licença *creative commons*” (MARCO ZERO CONTEÚDO, 2019).

Ainda segundo sua página oficial, realizam:

[...] reportagens em profundidade e também publicam material produzido por parceiros editoriais espalhados por toda a América Latina. Assim, já realizaram projetos em parceria com a Agência Pública, como o *Projeto Truco*, de checagem de notícias falsas, por ocasião das eleições de 2016; e também realizam semanalmente produção e apresentação jornalística para o *Programa Fora da Curva*, produto radiofônico executado pelo Departamento de Comunicação Social (DeCom) da UFPE em parceria com movimentos, coletivos e organizações da sociedade civil e exibido diariamente pela Rádio Universitária FM. (MARCO ZERO CONTEÚDO, 2019)

Em 2019, chega ao Recife a Agência de Notícias das Favelas (ANF), numa tentativa de regionalizar a experiência já bem-sucedida iniciada no Rio de Janeiro. Fundada em janeiro de 2001 pelo jornalista André Fernandes, foi logo reconhecida pela Agência Reuters como a primeira agência de notícias de favelas, em nível internacional. Em 2005, a ANF foi instituída como uma ONG para levar adiante a luta pela democratização da comunicação *da favela para o mundo*, tendo como protagonistas seus próprios moradores. Sua missão é “estimular a integração e a troca de informações entre as favelas, com a finalidade de melhorar, por meio de formação de uma grande rede de colaboradores, a qualidade de vida do povo” (FERNANDES, 2018).

A ANF conta com site, mídias sociais e um jornal impresso, o *Jornal A Voz da Comunidade*, com tiragem de 100 mil exemplares e circulação no Rio de Janeiro e na Bahia, onde também conta com um braço regional. Sua entrada em Pernambuco se deu a partir de um curso de extensão em comunicação, em parceria com a Unicap, para o desenvolvimento de uma Rede de Agentes Comunitários de Comunicação (RACC).

A *Alma Preta Jornalismo* é uma agência de jornalismo especializada em pautas antirracistas, criada em 2015, em São Paulo. Declara-se, assim, como um coletivo de universitários e comunicadores negros com o objetivo de “construir um novo formato de gestão de processos, pessoas e recursos através de jornalismo qualificado e independente” (ALMA PRETA JORNALISMO, 2021).

Em 2020, a *Alma Preta Jornalismo* passa a contar com uma repórter local (jornalista de formação) para cobertura de pautas no Recife, com ênfase nas pautas raciais. Em 2021, contrata equipe local em Salvador (repórter e *videomaker*) para ampliar sua cobertura jornalística no Nordeste. Como afirma em seu site:

Em 2020, tivemos um aumento de mais de 100% na arrecadação da nossa campanha do Catarse¹⁹, o que permitiu a contratação de novos profissionais e a expansão da cobertura. Repercutimos acontecimentos importantes para toda a sociedade [...] pautas que somem rapidamente da mídia tradicional, como a morte do menino Miguel²⁰, no Recife [...]. Não somos uma mídia tradicional, nem pretendemos ser. (ALMA PRETA JORNALISMO, 2021)

Na Bahia, como indica o próprio mapeamento do Coletivo Bahia 1798, os grupos e coletivos seguem em constante movimento em defesa de seus direitos, é *orgânico*, como a razão de ser todo movimento social. Atualmente, por exemplo, na luta pela democratização da comunicação:

Temos gente que está na grande imprensa, que é jornalista da TV Bahia, tem gente que é da TVE, tem gente que é do Instituto Mídia Étnica, tem gente que é assessor, tem gente que é do CMA Hip Hop, que é o programa da Rádio Educadora, professores... é muita gente envolvida e outras iniciativas, como as de mídia negra. Independente (*sic*) desses momentos de retração, de coerção, do Estado avançar ou não, elas continuam existindo, assim como continuam existindo as do interior do estado, em outros lugares, na periferia, apesar da diminuição do apoio das políticas públicas. Não estou dizendo que as políticas públicas não são importantes, elas ainda têm reminiscências nesses processos. Mas elas não são exclusivas. São várias frentes, tem uma infinidade de possibilidades, de modos de fazer (CARIBÉ, 2019)

Como dito antes, a Agência de Notícias das Favelas (ANF) passou a atuar em Salvador em 2019, após o curso de comunicação realizado para formação de uma rede de comunicadores — mesmo projeto realizado no Recife —, estruturando-se com sede no bairro da Paz, periferia da cidade. “O jornal produzido em Salvador, conseguiu se disseminar por vários pontos da

¹⁹ Plataforma de financiamento colaborativo.

²⁰ No início da pandemia de COVID-19, em junho de 2020, foi emblemático o caso da morte do menino Miguel, de cinco anos, após cair do nono andar de um prédio de luxo no Recife. Filho de uma trabalhadora doméstica, o garoto teria sido negligenciado pela patroa da mãe, responsável, na ocasião, pela supervisão da criança. O caso suscitou diversas manifestações públicas, sobretudo do movimento negro e das trabalhadoras domésticas, gerando debate sobre a precariedade das condições do trabalho doméstico na pandemia e sobre o descaso com vidas negras. A *Alma Preta Jornalismo* foi o primeiro veículo a repercutir nacionalmente o caso.

cidade, região metropolitana e interior do estado, e também para os estados onde os colaboradores enviavam as pautas como Ceará, Paraíba, Recife e Rio Grande do Norte” (ANF, 2021).

Também em 2019, a Mídia Ninja aporta em Salvador, para mais um braço regional, a partir da Casa Ninja Bahia²¹, um espaço físico para encontros, reuniões, eventos e manifestações artísticas, no bairro do Rio Vermelho, conhecido bairro boêmio e turístico da capital.

Sobre as experiências nascidas na Bahia, vale destacar a *Revista Afirmativa*, iniciativa de três estudantes negros do Curso de Jornalismo do *campus* de Cachoeira²², da Universidade Federal do Recôncavo Baiano (UFRB). O coletivo de mídia negra foi fundado em 2013 e, em 2014, surge a primeira edição da revista impressa apresentando um apanhado histórico, de conjuntura e perspectivas da luta por ações afirmativas no Brasil. O veículo multimídia é composto por jornalistas e outros comunicadores, que atuam na militância pelo direito à comunicação da comunidade. Diz o seu site:

É nossa missão, através da comunicação, construir um novo imaginário sobre a população negra na sociedade brasileira, visando o fortalecimento da auto estima do nosso povo, violado de tantas formas pela ação do racismo, dentre elas, a falta de referenciais positivos nos meios de comunicação. É nosso compromisso denunciar o racismo em todas as suas nuances, bem como todo tipo de violação de direitos humanos. Nossas produções também prezam por visibilizar as formas criativas de resistências e solidariedade entre negras e negros (REVISTA AFIRMATIVA, 2020)

Em 2015, a *Revista Afirmativa* foi agraciada com o Prêmio Mídia Livre, do Ministério da Cultura. No mesmo ano, foi selecionada pelo intercâmbio *Community Journalism*, organizado pelo Consulado dos Estados Unidos no Brasil, e o Instituto Mídia Étnica (IME), em reconhecimento ao trabalho desenvolvido pelo coletivo e pela revista.

Em 2016, a revista lançou o I Prêmio de Jornalismo Afirmativa, para premiar e visibilizar produções de estudantes e jornalistas negros. Já em fevereiro de 2020 realizaram o

²¹ Além da Casa Ninja Bahia, no mesmo período, a Mídia Ninja criou o seu primeiro projeto no Norte do país, a Casa Ninja Amazônia, no Amazonas. Assim, além da predominante atuação no Sudeste, passa a atuar mais diretamente nas regiões Norte e Nordeste.

²² O município de Cachoeira fica localizado no Recôncavo Baiano e abriga o *campus* de Artes, Humanidades e Letras da UFRB, com os cursos de Jornalismo, Artes Visuais, Letras, Cinema, dentre outros. O município também é conhecido por concentrar grande número de terreiros de religião de matriz africana e por ser o lugar onde surgiu a Irmandade da Boa Morte, no século 19, rede de articulação entre mulheres negras que, apoiadas pela Igreja Católica e pelas casas de axé, organizavam-se socialmente e economicamente para alforriar negros escravizados em toda a Bahia. A confraria existe até hoje, com as mais velhas que realizam a Festa da Boa Morte, celebração de cultura popular que recebe pessoas de todos os lugares do mundo, no mês de agosto.

intercâmbio Narrativas Transnacionais de Mulheres Negras, visitando os países Porto Rico e Costa Rica para troca de experiências com mídias negras e feministas. Em março do mesmo ano, lançaram o Lab Afirmativa de Jornalismo — Respeita a Favela, o *primeiro laboratório de jornalismo em mídia negra do Brasil* (REVISTA AFIRMATIVA, 2020, grifos nossos).

Mais um arranjo soteropolitano que gostaríamos de pontuar, aqui, é o já citado Desabafo Social, por ser um interessante caso de experimentação em *modelo de negócio*²³. Criado pela jornalista Monique Evelle²⁴ como grêmio estudantil, quando ainda era uma jovem do Ensino Médio, em 2011, tornou-se organização social em 2012, com foco de atuação em comunicação e direitos humanos. Em 2019, os sócios *experimentam* um novo modelo: um projeto editorial com imersão em temas que impactam o comportamento e as relações humanas, visando estimular a criação de soluções, um laboratório de tecnologias sociais aplicadas à geração de renda, comunicação e educação (DESABAFO SOCIAL, 2020).

Outro arranjo interessante de ser apresentado é o Projeto Jornalismo Griot, da jornalista baiana Sueide Kintê²⁵, em que publica, na rede social *Instagram*, entrevistas e reportagens em vídeo sobre conhecimentos da cultura popular local, como informações sobre banhos de ervas e chás, culinária tradicional, conversas com *iyalorixás*²⁶, entre outros conteúdos com temáticas similares.

Ao nomear a iniciativa, ela aproxima o conceito do *jornalismo* ao *griot*, termo que remete ao guardião da história oral de um povo. O projeto, entretanto, desenvolve atividades de forma mais esporádica, sem uma periodicidade tão definida.

²³ Vale destacar aqui que falar sobre *modelos de negócio* no jornalismo independente não é o interesse de nossa pesquisa. Sobre isso, recomendamos a leitura da dissertação de Daniela Lacerda, defendida em 2016 pelo PPGCOM/UFPE. Ver: Lacerda, D. **O jornalismo digital independente no Brasil e a busca da credibilidade perdida**. 2016. 122f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2016.

²⁴ Monique Evelle atuou como repórter no programa *Profissão Repórter*, projeto de jovens jornalistas liderado por Caco Barcellos, na Rede Globo, entre 2017 e 2018. Hoje, além da Desabafo Social, está à frente da comunidade Inventivos, *startup* voltada para aprendizagens sobre o futuro do trabalho. É dela a palestra do *TEDx Talks* “O mito de ser feliz fazendo o que se ama”, sobre a precarização do empreendedorismo, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ObO3IfhZl4I> Acesso em: 20 dez. 2020.

²⁵ Sueide Kintê é uma jornalista reconhecida no estado da Bahia por sua atuação como repórter na TVE e também por sua atuação no movimento de comunicação. Foi uma das conselheiras na primeira gestão do Conselho Curador de Comunicação Social do Governo da Bahia.

²⁶ Sacerdotisas religiosas do candomblé.

4 JORNALISMO E MUNDO DO TRABALHO

4.1 Jornalismo e os sentidos do trabalho

O que é o jornalismo? A pergunta, longe de ser retórica, tem tido diversas tentativas de respostas ao longo dos estudos sobre o jornalismo desde a compreensão da comunicação como ciência — ciência social aplicada — como campo de conhecimento, de saber. Para Traquina (2016, p. 21), “poder-se-ia dizer que o jornalismo é um conjunto de 'estórias', 'estórias' da vida, 'estórias' das estrelas, 'estórias' de triunfo e tragédia. [...] Os jornalistas veem os acontecimentos como 'estórias e as notícias são construídas como 'estórias', como narrativa, que não estão isoladas de 'estórias' e narrativas passadas”.

Resgatando o conceito de *campo jornalístico*, trazido por Bourdieu (2005), Traquina argumenta que é uma atividade intelectual, criativa, com a construção de um mundo por meio da invenção de novas palavras. Tal como num jogo, há polos em disputa, especialmente, dois polos emergentes no jornalismo contemporâneo: econômico, de um lado; ideológico, de outro — a existência de um campo implicando a existência de uma relativa autonomia (TRAQUINA, 2016 p. 24).

Ao analisar informação, opinião e senso crítico, Moretzsohn (2007) avalia que o jornalismo precisa ser pensado a partir das contradições entre seu discurso legitimador e as condições em que ele se realiza. Assim, simplesmente “oferecer as informações para que o público tire suas próprias conclusões (pense por si) se ancora em princípios ora desvirtuados ou simplificados, como o da objetividade, ora francamente mistificadores, como o da imparcialidade” (MORETZSOHN, 2007, p. 113-114).

Ela defende que uma contradição aparente na permanência desse ideal se dá quando um dos valores basilares para o jornalismo atual é a contraditória imparcialidade. Mas essa contradição cai por terra na compreensão de que a mudança incide sobre o agente do esclarecimento: já não mais o sujeito (que defende causas), mas o objeto (supostamente os fatos fariam por si), numa concepção oriunda do século 19, coerente com os objetivos empresariais da venda dos jornais.

Tal concepção, para ela, “contribui para encobrir o caráter ideológico da atividade jornalística, juntamente com a confusão a respeito do seu papel de mediador, fundado na

conceituação clássica (e idealista) do quarto poder, como se a imprensa fosse uma instituição acima das contradições sociais” (2007, p. 107). Assim, “a argumentação que afirma e assume a complexidade do trabalho de mediação desaparece no discurso prevalecente sobre o jornalismo”, desde a definição do quarto poder (ideal da imparcialidade) até a simplificação de cunho positivista do conceito de objetividade (distinção entre notícia/informação e opinião/interpretação).

Por fim, tal naturalização do *quarto poder* “assenta-se na simplificação do princípio da objetividade, traduzido na corriqueira ideia de que os 'fatos falam por si' e, conseqüentemente esconde todo o processo de produção jornalística”. Reitera-se que, uma vez disponibilizando as informações (ou relatando os fatos), o público está apto a tirar suas próprias conclusões (“pensar por si”). “Tal afirmação desconhece não só o processo de construção da notícia, resultante de mediações discursivas inerentes ao trabalho jornalístico, como a força do preconceito arraigado ao senso comum” (MORETZSOHN, 2007, p. 120).

Logo, a autora conclui que “a separação clara entre informação e opinião resulta num equívoco que oculta não apenas o caráter ideológico inerente a todo discurso como o próprio processo de mediação necessário para que os fatos se tornem notícia” (MORETZSOHN, 2007, p. 126).

No que diz respeito ao texto jornalístico e à sua ligação com a subjetividade, ou melhor, à intersubjetividade, convém mencionar o trabalho de Daniel Cornu (1999). Ao tratar das questões da ética e da deontologia da profissão, o autor coloca o próprio jornalismo no cerne do debate. Assim como Moretzsohn faria em trabalho posterior (já citado neste texto), Cornu se apoia na filosofia e, mais especificamente, na moral kantiana, para defender a ideia da ética da informação.

Para Cornu (1999, p. 416), a objetividade não existe no texto jornalístico. A partir do momento em que se admite uma *não-isenção em relação aos fatos*, assume-se a postura de tomada de decisão, exigindo a *escolha ética*. Assim, a seu ver, o tema ou assunto a ser abordado na produção jornalística deve deixar de ser percebida como um *objeto* (que pode ser facilmente manipulado) e deve ser compreendido na complexidade de *sujeitos*.

Alinhado a esse pensamento, nossa opção teórica, em relação aos estudos do jornalismo, parte da compreensão do papel do jornalista não apenas enquanto um técnico, mas como um mediador, que atua para a reflexão e análise desta (TRAQUINA, 2005).

De acordo com Lima (2009):

Há ainda que se registrar que os estudos sobre linguagem, a sociologia do jornalismo e sobre a construção da notícia (*newsmaking*), o enquadramento (*framing*) e o agendamento (*agenda setting*), apesar de diferenças significativas, revelam que a prática do jornalismo profissional ocorre no contexto de uma subcultura própria; de rotinas produtivas que se transformam em normas; e de interferências editoriais — explícitas ou não — que tornam sem sentido qualquer pretensão à existência do mito da objetividade jornalística ou de uma prática jornalística neutra e isenta. (LIMA, 2009)

Sabe-se também que o próprio webjornalismo conta com suas especificidades de linguagem e de formato, apresentando limites e possibilidades para a concepção de um novo jornalismo, o que permite a Correia (2003, p. 68) problematizar: “que configurações poderá ter o jornalismo na Web, que lhe permita continuar a ser considerado jornalismo [...] apesar da informação em velocidade exponencial [...] inundando o potencial consumidor com dados cuja hierarquia de importância e cujo critério de escolha desapareceram?”. E indica como uma das saídas possíveis a retomada de aspectos do *jornalismo de causas*, do *jornalismo opinativo* e do *jornalismo cívico* (CORREIA, 2003, p. 69).

De fato, o que é inegável é que a midiatização adquire novos contornos a partir da web. Teóricos como Esteves (2007) argumentam que a internet pode contribuir consideravelmente para a democracia deliberativa dos tempos atuais, na medida em que as redes da informação e comunicação atuam para a constituição de um espaço público ativo, animando debates e incentivando a participação social.

Partindo-se do princípio que um dos ofícios do jornalismo é narrar, contar histórias, é preciso falar sobre narrativa. Para Benjamin (2000), a principal fonte da narrativa é a experiência passada de pessoa para pessoa, anonimamente. Assim, as melhores histórias escritas são as que mais se aproximam das histórias orais.

As conceituações sobre o papel do jornalista/repórter e da compreensão da reportagem como narrativa são trabalhadas por autores como Cremilda Medina (2003) e Muniz Sodré (2009). No entendimento da primeira, o jornalista é um narrador, um “autor-mediador social, produtor de sentidos” no ato de *reportar* o “mundo vivo”. A reportagem é a narrativa do presente, é o relato do contemporâneo (MEDINA, 2003, p. 87).

Em consonância com esse pensamento, Sodré (2009, p. 135) afirma que, ao criar uma analogia, decerto, seremos levados a pensar sobre:

[...] a velha ideologia da objetividade do relato jornalístico em termos de uma objetividade fraca, cuja consequência imediata é a revisão das pretensões de espelhamento da verdade absoluta do real-histórico em favor da admissão de uma veracidade probabilística, que não destrói as possibilidades de um pacto de credibilidade entre o sistema informativo e seu público, podendo mesmo ajudar a lançar luz sobre determinadas ficcionalizações [...]. Tudo isso

contribuirá para aproximar ainda mais o discurso informativo da forma narrativa.

Em relação aos novos arranjos de jornalismo, parte-se do pressuposto que, na contramão do que é atualmente feito no jornalismo tradicional, o jornalismo independente tem se voltado para a entrevista e, ainda mais especialmente, para a reportagem em profundidade, ou seja, para as “raízes” do jornalismo, no sentido de proporcionar uma nova/velha forma de fazer jornalismo, utilizando das novas ferramentas digitais para pensar em outras possibilidades de formatos para contar as histórias da vida real.

Certamente, como já apontava Alexandre Maciel (2018) em sua tese sobre o jornalista como *narrador do contemporâneo*, isso se dá em consequência da maior disponibilidade de tempo que o jornalista detém para planejar, pesquisar e produzir o conteúdo, devido ao tipo de acordo (*contrato social*, como defendido pelo autor) realizado entre este e seu público-leitor.

Embora se referisse, em seu texto, aos jornalistas independentes autores de livros-reportagem, acreditamos que este pode ser entendido no caso dos jornalistas independentes organizados em novos tipos de arranjos de trabalho. Pela própria natureza das rotinas produtivas, não há tanto espaço para as *hard news*.

A própria natureza de sua sustentabilidade — contratos com editoras, no caso dos estudos de Alexandre Maciel (2018), campanhas colaborativas, campanhas de assinatura, projetos financiados por fundações públicas ou privadas nacionais ou internacionais, no caso dos arranjos aqui estudados — prevê a dedicação às grandes reportagens, às entrevistas em profundidade, matérias especiais e outros projetos mais elaborados.

Especialmente, o fato de não se reportar a uma mídia tradicional — e às verbas publicitárias das empresas que a patrocinam — pressupõe muito mais autonomia em relação às pautas, possibilitando certa *ousadia* tanto em relação à escolha das temáticas quanto em relação à abordagem. A nosso ver, trata-se de uma *relativa autonomia*. Sejam os jornalistas-autores que prestam contas a seus editores (pessoa física) e editoras (pessoa jurídica), no caso de Alexandre Maciel (2018), sejam os jornalistas organizados nos novos arranjos de trabalho (em nosso caso), seu trabalho precisa estar também em consonância com os valores daqueles que os financiam. Uma saída interessante talvez seja buscar combinar esses valores entre o que almejam esses jornalistas e os interesses de quem pode pagar pelos projetos — o que nem sempre é fácil, como veremos mais à frente.

Sobre os sentidos do trabalho, Antunes (2009; 2018) revela que as modificações no mundo do trabalho hoje, de fato, decorrem de avanços tecnológicos e de novas formas de organização do trabalho em si. Não são só mudanças em torno das materialidades e

subjetividades. São alterações estruturais e conjunturais do capitalismo contemporâneo que, indubitavelmente, refletem-se em transformações da classe trabalhadora.

Para ele, a “crise do fordismo” e a reestruturação da economia são, na realidade, sintomas de uma crise mais profunda do sistema do capital. No mundo do trabalho algumas dessas transformações são o crescimento exponencial do desemprego, condições precarizadas de realização do trabalho e degradação na relação entre homem e natureza, de modo mais geral (ANTUNES, 2009, p. 17).

Antunes (2018) vai chamar de *infoproletariado* os trabalhadores que se utilizam das TICs para prestar serviços. É o trabalhador que atua com informação, com o produto imaterial, muitas vezes, com uma certa flexibilidade de condições de trabalho e de regulação que podem gerar instabilidade nessas relações.

O trabalho do jornalista, talvez, possa aí ser enquadrado. Basta se observar, por exemplo, estagiários que já entram no mercado de trabalho substituindo graduados e recebendo baixos salários por isso — dado apontado por pesquisa sobre o perfil do jornalista brasileiro sobre a qual detalharemos a seguir. Muitas vezes, ao se formar, este estagiário²⁷ é substituído por outro estudante em formação. E assim por diante. Isso faz com que muitos estudantes adiem a formatura para garantir a continuidade dos estágios, vistos, por eles, como *empregos*.

O mesmo autor aponta também para o que vai chamar de *fenomenologia da informalidade*: assim como antes já existia o trabalhador autônomo, aquele que trabalha para si próprio, com ajudantes ou não — como uma costureira, uma manicure, um vendedor porta-a-porta, entre outros — os tempos do trabalho digital geram ainda mais possibilidades de postos temporários, informais e inseguros. Não é preciso ir muito longe para se perceber isso: basta olhar o alto número de aplicativos de serviços de entrega de todos os tipos e a profusão de trabalhadores informais que deles dependem como única opção de gerar renda (ANTUNES, 2018).

Dos antigos *bicos*, aos *freelas*, termo tão usado no meio jornalístico, até o mais recente *manda jobs*, ou os chamados *corres*, como na linguagem das periferias, são muitas as gírias para denominar as possibilidades de trabalhos informais nos tempos atuais. Rizek (2006) vai designar um termo para esse fenômeno. A autora denomina como *viração*²⁸ as múltiplas formas de ocupação, sobretudo de moradores de regiões periféricas, que precisam desempenhar vários

²⁷ A obrigatoriedade do estágio supervisionado em Jornalismo, importante etapa de formação do graduando, acabou por abrir brechas para que redações de jornais tradicionais contratassem, de forma voluntária, estudantes de jornalismo.

²⁸ A propósito, *Viração* também é um nome de uma revista impressa, experiência educacional de São Paulo elaborada por juventudes desde 2003. Ver: <https://viracao.org/>. Acesso em: 16 jan. 2020.

trabalhos informais, em geral de curta duração, para sobrevivência. Sobretudo em relação às juventudes, tratam-se de pessoas para as quais o emprego formal e assalariado se torna cada dia mais uma meta inalcançável.

Sobre *precariedade* no mundo do trabalho, convém trazer aqui como o conceito é trabalhado por Vasapollo (2005, p. 369), ao falar sobre esse trabalhador *instável*, que atua como suporte da produção no sistema neoliberal. Para ele, a precariedade é elemento estratégico determinante do capital. “Do ponto de vista dos trabalhadores, a informatização, além de provocar o desemprego estrutural, desqualificou o trabalho já existente, convertendo-o no denominado trabalho atípico, com forte conteúdo de precariedade” (VASAPOLLO, 2005, p. 370).

Ainda para Vasapollo (2005, p. 369), “há que buscar novas formas de organizar o trabalhador precarizado também em suas formas falsamente independentes, para estabelecer oposição a uma sociedade que destrói cada um dos direitos sociais e oprime a classe trabalhadora”. Aqui, é preciso se fazer um adendo para o que se convencionou chamar *empreendedorismo*, que pode se tornar uma dessas “formas falsamente independentes” de organização do trabalho.

Empreender²⁹ é trabalhar de forma autônoma, muitas vezes, contratando ajudantes também para efetuar outras etapas do processo. Empreender exige, além de dominar as técnicas do trabalho em si, dominar outras habilidades administrativas, inclusive de gestão financeira. Por outro lado, o trabalhador fica às margens dos direitos trabalhistas e é preciso se perceber as armadilhas de se reconhecer empreendendo por opção ou empreendendo por razões circunstanciais (ANTUNES, 2018; VASAPOLLO, 2005).

Do ponto de vista do jornalista e de outros trabalhadores digitais que atuam com informação ou outros tipos de produção imaterial, a realidade de muitas empresas hoje em dia é de contratação do profissional via pessoa jurídica (PJ), o que muitos já chamam de *pejotização*, via contratos de microempreendedor individual (MEI) ou microempresa (ME). Assim, ao trabalhador é exigida uma carga horária de trabalho e outras demandas próprias de um empregado, mas sem os direitos sociais de férias, seguro-desemprego, auxílio-saúde e

²⁹ É interessante pontuar que trabalhadores autônomos, mesmo não-sindicalizados, organizam-se de outras formas para lutar por seus direitos, seja em associações, em cooperativas ou outros formatos. Trabalhadores autônomos também estiveram à frente de lutas por direitos sociais desde o Brasil Colônia, vide a já citada Revolta dos Búzios, em Salvador, no século 18, liderada pelos alfaiates; e mesmo a Revolta dos Mascates, movimento liderado por comerciantes contra a alta de impostos que ocorreu no Recife no mesmo século. Ainda no Brasil Colônia, *escravizadas de ganho*, que trabalhavam nas ruas, conseguiam ganhar algum dinheiro por conta própria e assim, muitas vezes, comprar sua própria alforria e a de parentes e amigos.

contribuição previdenciária. Esta seria, sem dúvidas, uma autoilusão de empreendedorismo.

No caso dos arranjos analisados, há os que empreendem seus projetos como pessoa física (a partir de fomentos e editais culturais) e os que precisaram criar personalidades jurídicas — com ou sem fins lucrativos — para regularizar os tipos de projetos que realizam. Assim, eles se colocam como *empreendedores* — em que pese o preconceito que os próprios entrevistados têm com este termo, por entenderem que ele está relacionado a uma visão de mundo neoliberal —, mas com uma preocupação maior com a questão de serem gestores e mesmo produtores em suas organizações.

4.2 Condições do trabalho do jornalista na mídia tradicional e em outros espaços

Em pesquisa que buscou apontar características demográficas, políticas e do trabalho do jornalista³⁰, Mick e Lima (2013) informam que os jornalistas brasileiros são uma categoria majoritariamente feminina (63,7%), jovem (59%) e branca (72,2%). São 59% os jornalistas até 30 anos, o que decorre, ainda segundo o levantamento, do crescimento do número de cursos de graduação em jornalismo, nos últimos anos. Parcela considerável de estudantes se engajam rapidamente na profissão, como estagiários, com ou sem carteira assinada, e com baixa remuneração, o que já indica, a nosso ver, a precariedade das condições de trabalho desde os primeiros anos de entrada no mundo do trabalho.

Ainda segundo a mesma pesquisa, a distribuição de jornalistas por cor/raça é significativamente diferente das características da população brasileira, se comparado aos dados do Censo de 2010 fornecidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Informaram ser brancos 72,2%, declararam-se pardos 18,4%, são pretos 5,3%, 1,5% amarelos e indígenas correspondem a 0,7% dos respondentes. Para o IBGE, são 47,7% os brasileiros que se declaram brancos, pardos são 43,1%, pretos são 7,6%; amarelos correspondem a um

³⁰ Pesquisa realizada pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) em parceria com a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), a partir de dados primários fornecidos por todos os sindicatos do Brasil, informações viabilizadas pelos cursos de Jornalismo e dados obtidos junto ao Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Em relação aos dados primários, foram ouvidos 2.731 respondentes, em coleta espontânea, que trabalham em mídia tradicional, na docência ou fora da mídia (incluem-se aqui jornalistas trabalhadores de assessorias de comunicação, ONGs, agências, *freelancers*, mídia independente, entre outros tipos de trabalho). Nova fase da pesquisa, ainda em andamento, foi retomada em 2021, denominada *Perfil do Jornalista Brasileiro em 2021: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho*. Ver mais em: <https://perfildojornalista.ufsc.br/> Acesso em: 10 abr. 2021.

percentual de 1,1% e indígenas são 0,4%: “O dado provavelmente reflete a desigualdade de acesso ao ensino superior no Brasil, em função de cor ou raça, também constatada no Censo 2010” (MICK; LIMA, 2013, p. 35).

Informaram ser praticantes de alguma religião 51,4% dos jornalistas, ante 40,1% de não-praticantes e 8,5% de ateus. Entre os que praticam vida religiosa, 48,3% são católicos, 22,6% de espíritas, 6,8% de espiritualistas, 4,8% umbandistas e 4,9% evangélicos.

De acordo com a mesma fonte, apenas 25,2% são sindicalizados. Destes, 90,2% estão em sindicatos dos jornalistas, 8% em sindicatos de professores e 16% estão vinculados a sindicatos de outras categorias. Sobre vinculação político-partidária, 92,2% declararam não ser filiados a nenhum partido político. Na autodefinição ideológica, predominou a resposta “à esquerda” (MICK; LIMA, 2013, p. 39).

Segundo o mesmo levantamento, em relação ao Ensino Superior, 98,1% possuem graduação completa, sendo 91,7% em cursos de Jornalismo. Atuam fora da mídia tradicional 40,3% dos jornalistas respondentes da pesquisa, que considera, como *fora da mídia*, os tipos de ocupação e trabalho mais diversificados possíveis, desde assessoria de imprensa ou assessoria de comunicação até outros inúmeros tipos de funções que combinam e aliam diversos tipos de conhecimentos jornalísticos. Esses tipos de trabalho também apresentam “complexos padrões de contratação e remuneração, combinados a exigências variadas quanto competências e habilidades dos trabalhadores. Não por acaso, os profissionais deste segmento têm maiores taxas de remuneração, em relação aos trabalhadores de mídia” (MICK; LIMA, 2013, p. 61).

Apenas 39,4% dos jornalistas que atuam fora da mídia tradicional trabalham com carteira assinada, percentual bem inferior a esse tipo de contratação em redações e veículos de mídia tradicional. Quanto ao ramo de atuação, estão predominantemente concentrados em empresas ou órgãos públicos (35,2%) ou em empresas especializadas em assessoria de imprensa ou de comunicação (34,9%). Atuam no setor público, como servidores (13,2%) ou como cargos comissionados (13,9%). Empresários correspondem ao percentual de 4,8%. Regimes de contratação mais precarizados somam-se ao percentual de 28,8% da categoria: 13,7% têm contratos de prestação de serviços; 5,5% são *freelancers*, 5,4% trabalham como pessoa jurídica (PJ) e os demais mantêm diferentes tipos de relações contratuais não especificadas (MICK; LIMA, 2013).

O teletrabalho, ou trabalho remoto, também é bastante expressivo aos trabalhadores de fora das mídias tradicionais. Desses, 83,6% trabalham em escritórios ou outros locais de trabalho formal, enquanto 26,5% trabalham de casa. Produzem em locais públicos ou privados,

via internet, 19,5% desses jornalistas. Já o percentual de 0,8% menciona outros locais de trabalho (MICK; LIMA, 2013).

Ainda se comparados aos jornalistas que trabalham em mídia tradicional, esses jornalistas se mostram mais satisfeitos com o tipo de trabalho que executam do que seus colegas. “Numa matriz com 12 dimensões de experiências profissionais, avaliáveis numa escala de 1 (muito insatisfeito) a 5 (muito satisfeito), só em três a nota média de cada item foram inferiores às atribuídas pelos colegas da mídia” (MICK; LIMA, 2013, p. 66).

4.3 Transformações no mundo do trabalho do jornalista

Autoras como Lima (2015) e Figaro (2008; 2013; 2018) afirmam que, se o mundo do trabalho está em transformação, o campo do trabalho do jornalista, assim, acompanha as mudanças do cenário contemporâneo. Do ponto de vista do jornalismo, a extinção de postos de trabalho tem acompanhado, em nível nacional e regional, um crescente desemprego que também ocorre em nível mundial.

Em tese que buscou observar as reestruturações produtivas no mundo do trabalho do jornalista de mídia tradicional em São Paulo, Lelo³¹ (2019) apontou alta rotatividade dos profissionais nas redações, somada à precarização ascendente dos mais experientes no setor, criando obstáculos à socialização em uma comunidade de trabalhadores; corrosão de princípios éticos legitimados pelo campo jornalístico em benefício da maximização dos lucros provenientes de receitas publicitárias e descrédito atribuído aos mecanismos de ação coletiva e sistemática recusa dos profissionais em se reconhecerem como membros de uma classe trabalhadora.

Além disso, o autor traz ainda a relação entre a progressiva feminização no setor e uma ascendente precariedade laboral que acomete mais incisivamente as comunicadoras e a recorrência sistemática de situações de assédio moral, injustiças e de infração à ética profissional nas redações, o que pode gerar uma série de adoecimentos e mesmo *sofrimento* em meio às rotinas produtivas (LELO, 2019).

Diante dessas mutações, à profissão, e ao profissional, cabe não *inventar a roda*, mas

³¹ Entre 2015 e 2017, o autor aplicou *surveys* para ouvir 102 jornalistas das redações e, ainda, realizou entrevistas semiestruturadas com 15 jornalistas da Grande São Paulo.

reinventar-se. Assim, como uma dessas possibilidades de reorganização fora da mídia tradicional, surgem os aqui denominados novos arranjos econômicos do trabalho do jornalista, exercendo atividade profissional de forma autônoma, reorganizando-se em grupos.

Como apresenta Figaro (2018), resguardadas as devidas diferenças, específicas do campo profissional, é possível se estabelecer, em alguns aspectos, relações entre esses novos modos de organização de trabalho (arranjos) e o que a literatura econômica consagrou chamar de arranjos produtivos locais (APL).

Estudos desenvolvidos por Figaro (2018) apontam que:

A nomeação dessa possibilidade de organização de *novos arranjos econômicos do trabalho do jornalista* (FIGARO, 2016, 2017, 2018) é um deslocamento da definição original (LOMBARDI, 2003a; SUZIGAN, 2004) com a intenção de destacar a possibilidade de que [...] coletivos e outros grupos de trabalhadores da comunicação e do jornalismo possam representar efetiva alternativa de trabalho (empregabilidade) e de produção de um serviço de qualidade por seus vínculos e compromissos com a democratização dos meios de comunicação e com a sociedade (FIGARO, 2018)

Em tese que lança um olhar sobre a realidade norte-americana, McCarthy (2012) observa como esses novos tipos de organização de trabalho do jornalista buscam outras formas de sustentabilidade, dentre elas, o financiamento colaborativo, algo que também aferimos no Brasil, sendo este tipo de financiamento uma, mas não a única, fonte de geração e circulação de renda nos grupos de mídia independente.

No caso dos arranjos estudados, além do financiamento coletivo, há a geração de renda por meio de acesso a fomentos públicos e fundos privados, produção de eventos culturais, realização de cursos e *workshops* e outras prestações de serviços de comunicação, a partir dos braços jurídicos dos arranjos. Além disso, em nenhum dos grupos estudados temos o arranjo como principal fonte de renda do jornalista. Muito pelo contrário, além de o jornalista precisar ter vários outros trabalhos³² em paralelo, muitas vezes, investe dinheiro do próprio bolso para sustentação do veículo independente.

³² Na primeira fase desta pesquisa, um dos jornalistas entrevistados revelou exercer, entre outros tipos de trabalho, a função de *ghost writer*, literalmente, escritor-fantasma, função em que, mediante contrato, outra pessoa assina os créditos pela sua produção textual. Tal entrevista, entretanto, não fez parte do *corpus* de análise da tese, devido ao arranjo não atender aos critérios estabelecidos para a segunda fase desta investigação.

4.4 Jornalistas e trabalhadores: perfil dos entrevistados dos arranjos

A média de idade dos entrevistados dos grupos estudados é entre 27 e 38 anos. Ouvimos cinco homens e uma mulher, sendo dois deles, uma mulher e um homem, negros³³. Todos possuem nível superior completo, sendo quatro deles em Jornalismo.

Quatro dos seis entrevistados possuem mestrado, sendo que dentre outros componentes dos arranjos estudados também há um pós-doutor (caso da *Revista O Grito!*). Apenas um dos declarantes informou ter religião (candomblé); os demais não declararam religião ou informaram que são de família de base cristã/católica, mas não praticam religião alguma. Em relação à orientação sexual, um dos informantes se declarou homossexual, um dos entrevistados se declarou heterossexual e os demais não declararam orientação sexual.

A seguir, para fins de contextualização, apresentamos um pouco mais dos perfis dos entrevistados e das condições de surgimento dos arranjos, a partir de seus depoimentos:

Meu nome é Carlos Gomes. Eu sou formado em Letras. Eu entrei no curso de letras em 2008, na Faculdade São Miguel. Eu estudei o Ensino Médio em escola pública, aqui no centro do Recife, no Ginásio Pernambucano e no Oliveira Lima. Através do ProUni, eu fiz a faculdade de Letras. Sou de Recife. A minha mãe sempre trabalhou em trabalhos administrativos. Ela fez um curso técnico, quando era mais jovem, de contabilidade... sempre trabalhou em escritórios, trabalhos administrativos. Nos últimos oito anos, ela está trabalhando na Secretaria de Saúde, também numa área administrativa. Carteira assinada, tal, mas não é concursada. Prestadora de serviço. Meu pai, quando eu era muito novo, passou num concurso na Universidade Federal para ser segurança. Não sei precisar data, mas desde que eu sou pequeno, ele está na Universidade. Vinte anos, vinte e cinco anos já.

E, assim que eu comecei a cursar Letras, eu comecei a trabalhar muito ligado à mediação de leitura, a trabalhar com livros em bibliotecas... O primeiro ambiente foi trabalhando com livros, alunos do ensino fundamental... principalmente ensino fundamental. Era um programa que tinha aqui chamado “Programa Manoel Bandeira de Leitura”. A gente pegava os alunos das salas e dava aulas especiais voltadas à leitura, à literatura... Já nessa época, eu gostava muito de trabalhar misturando as linguagens. Trazia uns curtas metragens e associava esses curtas a livros ilustrados, livros de contos. Gostava de trabalhar essas linguagens. Já tinha um interesse no campo mais reflexivo do que eu estava fazendo. (Carlos Gomes, *Revista Outros Críticos*, 13 de abril de 2019, depoimento oral)³⁴

³³ Para além dos entrevistados, há um jornalista negro no arranjo *O Grito!*. Além disso, todos os demais componentes do *Portal Correio Nagô* e os pontuais colaboradores do *Portal Sotero Preta* são negros, perfil dos arranjos de mídia étnica.

³⁴ Para facilitar a identificação dos arranjos, optamos por dispor as informações das entrevistas ao invés de utilizar o sistema autor-data previsto pela ABNT.

Eu sou André Santana, tenho 38 anos. Nasci aqui em Salvador. Eu sou do Candomblé, sou do Terreiro do Cobre, fui *suspense* para *Ogum*³⁵. Meus pais não têm formação universitária. Meu pai era um funcionário público, na Embasa³⁶, que depois eu fui estagiar no sindicato de lá, mas sem nenhum vínculo com ele. Na verdade, a gente não teve aproximação. Meu pai e minha mãe eram separados, não tinha esse vínculo com ele. Minha mãe era cuidadora doméstica, trabalhou durante um tempo. E foi uma trabalhadora informal. Venda de ambulante, carrinho de pipoca, venda de casa, *geladinho*³⁷, essas coisas. Ela tinha pouco estudo formal. Meu pai, eu não sei se teve o Ensino Médio. Minha mãe com certeza só tem o ensino ginásial.

Eu me formei em 2004. Entrei na universidade em 2000. E desde sempre, desde 2000, na verdade, eu já comecei a atuar com comunicação... os inúmeros estágios que eu fiz, foram na área de assessoria de comunicação de movimento social. Estagiei em sindicatos de químicos, de petroleiros, de trabalhadores de água e esgoto. Meu envolvimento com comunicação e movimentos sociais posso dizer que foi desde 2001, quando dos meus primeiros estágios... Depois eu fui para a área cultural. Trabalhei muito com movimentos de cultura – teatro, dança.

Faço assessoria do Bando de Teatro Olodum já há muitos anos. Trabalhei no Governo do Estado, na Secretaria de Cultura, área de comunicação, numa fundação, Fundação Pedro Calmon, eu era assessor de comunicação. Então essas duas áreas assim – cultura e movimentos sociais – sempre foram as áreas que eu trabalhei em comunicação.

Sou jornalista, formado pela Universidade Federal da Bahia. Tenho mestrado pela Universidade do Estado da Bahia e hoje eu sou professor da Universidade do Estado da Bahia, da Uneb, do curso de Comunicação. Moro aqui mesmo em Salvador. Mas ando por essa Bahia, por causa da Uneb, que é uma universidade multicampi³⁸.

Eu faço assessoria sempre que me chamam. Eu faço esse trabalho de assessoria para quem me convidar, mas muitos são de grupos culturais. O Bando de Teatro Olodum sempre me demanda, mas tem dificuldade de ter recursos. A gente faz muito trabalho voluntário, com o Bando. Minha fonte de renda mesmo é a universidade.

Desde o período da gente na universidade – a gente, eu digo eu e a turma que criou o *Mídia Étnica*, em 2005 –, a gente se sentia incomodado com a representatividade negra nos meios de comunicação. A gente sempre via ou histórias mal contadas, histórias negativadas... A gente via muito de criminalização, marginalização. O negro sempre vinculado a essas imagens negativas ou de ausência total. Muitas figuras, muitas histórias não contadas pelos meios de comunicação.

³⁵ *Orixá* masculino ligado à agricultura, às tecnologias e ao trabalho.

³⁶ Empresa de Água e Esgoto da Bahia.

³⁷ Um tipo de picolé, acondicionado em sacos plásticos.

³⁸ A Uneb se espalha em diversos territórios da Bahia e conta com *campi* em mais de 24 municípios. Os cursos de comunicação ficam no sertão, em Juazeiro, com o curso Jornalismo em Multimeios e em Conceição do Coité, com o curso de Rádio e TV.

E a gente percebia que nos movimentos mais avançados, que são os movimentos pela democratização da comunicação – a gente jovem militando pelos movimentos –, a pauta racial não era tocada na sua prioridade, que a gente entendia e entende até hoje. Então, se falavam de opressões... e o que eram as opressões?

E quem eram os mais oprimidos pela comunicação, pela violação do direito humano pela comunicação? A gente sabia que era a comunidade negra, as mulheres negras. E a gente não via isso como prioridade. E isso nos incomodava como estudantes de comunicação e a gente não entendia também que o movimento de luta, o movimento negro tinha muita dificuldade também de diálogo com a mídia, com os veículos de comunicação, ou que a gente entendia naquele momento, dificuldade de utilizar a comunicação como uma ferramenta de luta. Então, o Mídia Étnica foi criado por essas duas frentes (André Santana, *Correio Nagô*, 11 de janeiro de 2019, depoimento oral).

Meu nome é Jamile Menezes, tenho 36 anos, vou fazer 37 neste ano. Nasci em Salvador. Sou jornalista. Trabalho com jornalismo desde 2007, sempre na área de assessoria de comunicação. Eu me formei em 1999, acho. Mas comecei a trabalhar mesmo desde estagiária, trabalhei durante um ano e poucos na Folha Dirigida. Trabalhei como estagiária lá e depois eu parti para a assessoria de comunicação. E minha experiência de lá para cá sempre foi com assessoria de comunicação, até 2016, quando eu tive a iniciativa de criar o *Portal SoteroPreta*.

Me formei numa universidade particular, Faculdade da Cidade do Salvador (Unifacs). Meu pai, hoje, é aposentado. Minha mãe é aposentada, mas continua trabalhando, é professora e, hoje, ocupa um cargo de vice direção de secretaria escolar, em uma escola pública do estado aqui em Salvador. Não sou de nenhuma organização, não participo de nenhum partido político, não sou vinculada a nenhum tipo de coletivo.

Eu estou começando a me vincular a um coletivo que pretende ser um coletivo de consultoria e produção na área de cultura. Também sou coordenadora da assessoria de comunicação da Fundação Cultural do Estado da Bahia (Funcub) e assessora de comunicação do Instituto Steve Biko, que foi o primeiro cursinho pré-vestibular voltado para jovens negros aqui em Salvador, presto assessoria de comunicação para eles, consultoria em projetos também. E faço *freelancer* de assessoria de comunicação, no momento.

Minha experiência era só de assessoria, sempre trabalhei, desde 2007, no Governo do Estado, na área de cultura... eu trabalhei de 2007 a 2009 na Fundação Pedro Calmon, que é da Secretaria de Cultura e, depois, eu fui para a área da justiça, na Defensoria Pública do Estado. E, lá, eu coordenei também a Assessoria de Comunicação. E, depois, eu fiz outros trabalhos e depois eu voltei para a Fundação Pedro Calmon, cultura de novo... e depois eu vim para a Fundação Cultural do Estado. Ou seja, a maior parte do meu trabalho é voltado para a cultura. E, por conta da militância, também – das coisas onde eu circulo, as pessoas que eu conheço, essa militância que chegou para mim na mesma época que eu comecei a fazer jornalismo mesmo.

A militância negra começou a ser uma prioridade para mim, e eu ia para muitos eventos culturais aqui em Salvador e sentia falta da cobertura jornalística.

Sentia falta da divulgação prévia e da cobertura mesmo de jornais, de qualquer veículo, às atividades que o movimento fazia e faz. Que são atividades muito potentes, extremamente criativas, com potencial enorme, que completam todas as caixinhas do jornalismo, em se tratando de necessidade de cobertura ou então de possibilidade de cobertura ou de interesse.

É uma atividade de interesse público, atividade aberta, um serviço público e na área de cultura, que é uma área que precisa ser valorizada. Então sentia muita falta disso. E, aqui, a gente só tinha, até o momento, naquela época, o *Correio Nagô*. Aí, em 2016, eu tive a ideia... tive a ideia não, tomei a coragem de criar um portal. Chamei algumas pessoas, mas... aquela coisa... você chama as pessoas, as pessoas se empolgam com a ideia, mas depois não levam à frente, não têm dinheiro, investimento pessoal. Todo o investimento que eu fiz no portal, de tempo, de dinheiro, de esforço mesmo, de dedicação, foi tudo pessoal. E eu comecei a fazer. Fiz o lançamento, fiz uma festa de lançamento e, a partir daí, começou o *Portal SoteroPreta* (Jamile Menezes, *Portal SoteroPreta*, 17 de abril de 2019, depoimento oral).

Meu nome é Paulo Floro, tenho 34 anos. Nasci aqui em Recife mesmo e sempre morei aqui. Sou um dos editores da revista *O Grito!*, site daqui de Pernambuco, que tem dez anos e que cobre a arte e a cultura pop, com foco na cena alternativa, independente. Eu sou casado com Sérgio, que é relações internacionais. A gente é casado há dez anos completados esse ano. Estamos juntos, casados desde que o STF permitiu, em 2013. E temos duas filhas, de sete e nove anos. Não temos religião. Sérgio se considera ateu, eu me considero indefinido... é um tema que eu não penso muito sobre, mas eu não tenho frequentado nenhuma religião. Mas meus pais são católicos, minha família é católica.

Minha família é muito extensa, grande, muitos tios e primos. Meus pais são comerciantes, não têm nível superior. Ambos chegaram a fazer, iniciaram, mas não sei se na minha família não era algum valor... naquela época. A gente vê aquelas famílias, assim... muito tradicionais, que tem um pai muito provedor, com muitos filhos, os filhos todos trabalharam na empresa do meu avô. Meus pais são primos, aí tudo é a mesma família. Então, eles tinham uma empresa que trabalhava com pesca, importação de pescado, e acabavam que era, tradicionalmente, os homens que trabalhavam com o pai, o meu avô. Então, meu pai também seguiu isso... Ele abria vários estabelecimentos comerciais, vários lugares. E são do interior de Goiana, de Ponta de Pedra.

Já minha mãe, sempre teve um tino para negócio... ela sempre teve a própria confecção, desde muito tempo. Até hoje ela trabalha com costura. E criaram os filhos assim... os dois... nessa coisa de comércio. Mas eles sempre incentivaram muito a gente a fazer nível superior, era meio que uma obrigação de todos os filhos — e todos fizeram, os três. Mas, na época deles, não era uma coisa muito... como é hoje, valorizado, que a gente já nem concebe alguém que não almeje nível superior. Mas eles sempre tiveram isso muito forte, de incentivar a gente a estudar, fazer faculdade.

Eu fiz Jornalismo. Eu sempre quis fazer Jornalismo, porém eu não passei da primeira vez, aí, numa segunda, fiz Letras, na Federal. Então, fiz um pedaço de Letras. Nesse mesmo ano, passei em Jornalismo na Católica³⁹ e fiquei

³⁹ Universidade Católica de Pernambuco (Unicap).

conciliando os dois. Depois, eu abandonei Letras, terminei o curso de jornalismo e, em seguida, eu fiz mestrado em comunicação, na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Sempre trabalhei, desde cedo, estagiando, antes de terminar o curso. Eu tive uma passagem breve, ainda na faculdade, numa assessoria de imprensa, mas sempre na área de cultura.

Trabalhava atendendo o Festival do Circo, turnês de artistas... trabalhei cobrindo coisas de gastronomia, *Revista Engenho*, etc. Em seguida, passei um período breve trabalhando na Gestos, que é uma ONG de soropositividade. Até hoje, eu tenho uma ligação muito forte com esses movimentos sociais. Volta e meia, faço *freela* para algum deles.

Meu marido trabalha numa ONG também. Mas passei numa seleção da *Folha de Pernambuco*, aí desde então nunca parei de trabalhar em veículo. Trabalhei na *Folha*, depois fui para o *JC*, como estagiário, me formei, me contrataram. Fiquei lá, acho que nove anos. De 2008, 2009 até 2017. No *JC*, eu passei por tudo. Como estagiário, você acaba trabalhando em muitas coisas. Trabalhei cobrindo cotidiano, depois cultura e, finalmente, fiquei em tecnologia. Foi lá que eu fiquei até sair como editor. E sempre trabalhando na parte online.

Tive algumas experiências no jornal impresso. Teve uma experiência que eles fizeram, chamado *JC News*, que era uma rádio FM, que estavam com dois rádios FM. A *JC News* surgiu depois que a CBN acabou a parceria com o Sistema Jornal do Commercio e eles chamaram muitos jornalistas do sistema para trabalhar lá, fazer programas, participar como colunistas... eu fiquei na *JC News* durante uns dois anos. Fiquei na rádio e no site, no portal. Saí de lá para me dedicar a *O Grito!* – que, nesse período, estava num momento bom de projetos – e ao mestrado. Também eu tinha acabado de ser pai. Eu achei que era muita coisa, eu não ia conseguir, aí tive que tirar uma das coisas e acabei tirando o *JC*. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral).

Meu nome é Rafael Flores Gama Prates, tenho 27 anos. Eu nasci em Salvador, mas moro aqui desde a minha infância, em Vitória da Conquista. Minha família é daqui, sou formado em jornalismo, pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, que é aqui em Vitória da Conquista. Fiz uma pós-graduação em *marketing* e redes sociais. Meu pai é profissional liberal, ele não tem faculdade, não fez faculdade, trabalha muito na área comercial desde sempre e minha mãe é formada em administração, aposentada federal. *Eu sou jornalista, atuo como jornalista*, me formei em 2014, que coincide com a inauguração da *Revista Gambiarra* e, desde então, eu migro entre o jornalismo independente, trabalho em assessoria política e essas coisas de mídias sociais e *freelas*. Antes eu já estava com esses trabalhos.

Eu fui militante da Enecos e, aí, começou minha relação com o jornalismo independente, de verificar que existem outras possibilidades. Meu contato com o jornalismo independente não foi na universidade, formalmente. Não se falava sobre isso na grade curricular, mas eu me apaixonei pelo jornalismo alternativo, independente, o que se tratava naquela época, a partir da Executiva, da militância pela democratização da comunicação. A partir daí eu participava de um coletivo da Enecos, aqui, em Vitória da Conquista, que era o *Há Quem Sambe Diferente*, que a gente fazia ações da Executiva.

Mas, aí a partir disso, a gente começou a ver a necessidade também de

produzir conteúdo, além da militância, em si, pela comunicação. E, aí, a gente criou outro coletivo, mais voltado para a produção de conteúdo, chamado *O Rebuçê*. Era um coletivo de estudantes de comunicação, nasceu na universidade. A gente criou como uma espécie jornal-mural, que a gente pegava produções da própria universidade e começava a fazer para fora.

Com isso, a gente começou a movimentar um público que queria ver esse conteúdo. O conteúdo que a gente escolhia fazer mesmo dentro da universidade era um conteúdo voltado para a cultura de Vitória da Conquista, para quem estava produzindo – bandas independentes, movimentos sociais. A galera queria ver aquele conteúdo e a gente criou o blog. *Foi daí que a gente começou a se entender como veículo de jornalismo independente, produzindo para esse blog* (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, depoimento oral, grifos nossos)

Meu nome é Pedro Henrique Jatobá, tenho 36 anos, nasci em Salvador. Com dois anos de idade, andava nessa casa, nesse mesmo chão que você está aqui na Ribeira. Depois viajei, fui morar em São Paulo, fui morar em Recife, morar em Porto Alegre. E voltei pra Recife... e voltei pra cá... E estou na Chapada. Então, andeilhei muito por aí.

Moro hoje em Mucugê, na Chapada Diamantina, dentro dos territórios da Chapada. Meu pai é engenheiro elétrico por formação, funcionário público. Minha mãe, por formação, é professora de matemática, trabalha com recursos humanos, já está aposentada, mas trabalhou muito tempo na área de recursos humanos. Fiz graduação em Ciência da Computação, lá na Católica. Fui bolsista lá, em iniciação científica. Depois eu terminei a minha faculdade, lá no Rio Grande do Sul, na Unisinos, que é uma faculdade também jesuíta. Eu consegui inventar um intercâmbio entre a católica de Pernambuco e a Católica do Rio Grande do Sul.

Nessa época, estava tendo o Fórum Mundial Social em Porto Alegre, eu já tinha ido duas vezes. E tinha um site de comunicação para falar da minha inserção no jornalismo. Eu flerto com o jornalismo, apesar de não ter sido a minha formação, há muito tempo. Eu fui diretor de jornalismo de um site pernambucano muito importante, chamado *Som do Mangue*. Era um site que ficava dentro do *JC* e do *UOL*.

Foi o site com o maior acervo de *manguebeat*⁴⁰. Foi de 2004, 2005... Chegou a ficar no iBEST, que era um prêmio da internet brasileira, que existia naquela época, anos 2000, que tinha um ranking, as pessoas votavam no seu site. E vários sites, como *Jornal do Commercio*, *Diario de Pernambuco*, eram os sites que ganhavam esse negócio. O site de Silvério Pessoa, logo que ele saiu do Cascabulho, o site pessoal dele foi a gente que hospedou; O site de China, quando ele saiu do Sheik Tosado, foi a gente que hospedou. Então a gente tinha aquela cena mangue pós-morte do Chico Science... a gente tinha um papel bem importante.

⁴⁰ Movimento cultural pernambucano iniciado nos anos 1990 e liderado pelo músico Chico Science, envolvendo música, jornalismo, literatura, comportamento. Para saber mais, ver: PRYTHON, A. **Cosmopolitismos periféricos**: ensaios sobre modernidade, pós-modernidade e estudos culturais na América Latina. Recife: Bagaço, 2002.

Depois veio o *Recife Rock*, tinha antes da gente, o *Mangue News*, que era outro site de *manguebeat*, que também vinha nessa pegada... tinha *A Ponte*. Isso era a cena do jornalismo independente de Pernambuco da época, do início de 2000. A gente fez cobertura para o Abril pro Rock, cobertura do Carnaval, eu ia pra rua, entrevistava as pessoas, tirava foto. Eu fui para o Maranhão *Roots Reggae Festival*, em São Luís, fazer a cobertura.

Eu fazia um trabalho de jornalismo independente. Um pouco *gonzo journalism*⁴¹, um pouco CMI⁴², aquele negócio de relato, um pouco texto inspirado nas coisas... Mas muita fotografia, trechos de vídeo e texto, registrando a noite entrevistando algumas pessoas. Esse era o papel que eu fazia como jornalista naquela época. Depois eu fui pra Porto Alegre e me envolvi com outro coletivo de jornalismo chamado O Dilúvio.

Era uma revista gratuita, também era vendida em banca encartando CD, DVD, livro de poesia. Eu era editor de tecnologia. Aí já era outra pegada. Todo mundo era jornalista e eu trabalhava com tecnologia. Mas eu fazia foto, escrevia, tenho texto publicado nessa revista. Então, da Dilúvio, eu voltei para Recife. Assumi o *Iteia*, em 2007 (Pedro Jatobá, *Portal Iteia*, 20 de janeiro de 2019, depoimento oral)

Pode-se perceber, a partir desses depoimentos, como as mediações — relações desses trabalhadores com seu meio, família, escola, território — pôde, de uma forma ou de outra, influenciar na tomada de decisão sobre quais trajetórias de vida trilhar e quais carreiras tomar, do ponto de vista do mundo do trabalho. Em todos os casos, o acesso à universidade parece ter sido crucial para que esses trabalhadores se identificassem como jornalistas⁴³ e que definissem a produção que fazem nos meios digitais como jornalismo.

Ascender ao estudo universitário — seja em faculdades públicas ou privadas — e a chegada de programas de acesso ao Ensino Superior como o Programa Universidade para Todos (ProUni) são políticas públicas⁴⁴ que sustentam as condições para o preparo destes jornalistas

⁴¹ Narrativa jornalística derivada do gênero jornalismo literário e na qual o autor participa diretamente da narrativa. Está associada ao *new journalism*, surgido nos anos 1970 e que tem no jornalista norte-americano Hunter Thompson seu primeiro expoente.

⁴² Centro de Mídia Independente, uma das primeiras iniciativas de *mediativismo* em internet no Brasil. Sobre isso, ver: ALMEIDA, A. C. **Centro de Mídia Independente: a mídia como ação direta**. 2006. 182f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2006.

⁴³ Tal relação do jornalista enquanto trabalhador e, por sua vez, compreendido como um trabalhador por meio de um movimento social, pode ser conferida no interessante caso da Turma de Jornalismo da Terra. Em 2013, a graduação formou, em turma única, 45 jornalistas cuja origem vinha do Movimento Sem Terra (MST) e do Movimento Atingidos pelas Barragens (MAB), reunindo estudantes de todo o Brasil, pelo curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC). Ver: NUNES, M. V.; OLIVEIRA, C.T.F. Curso de Graduação em Jornalismo da Terra: construindo uma outra comunicação pela vivência de uma cidadania insurgente. **Intercom — RBCC**, São Paulo, v.39, n.3, p.19-36, set./dez. 2016.

⁴⁴ Embora não se aplique aos casos aqui estudados, é interessante observar também como a política pública de cotas raciais e sociais pode impactar na entrada desses estudantes de jornalismo no mundo do trabalho. Ver: SODRÉ, M. **Claros e Escuros**. Identidade, povo, mídia e cotas no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2015.

dos arranjos analisados — embora surjam muitas críticas à própria estrutura universitária, presente em vários dos discursos enunciados.

Ao mesmo tempo, o espaço da universidade como produção de saberes é percebido como parceira na realização de diversas atividades e ações destes arranjos, como abordaremos no próximo capítulo.

5 ENTRE O FEIJÃO E O SONHO⁴⁵: (SOBRE)VIVENDO DE JORNALISMO CULTURAL

Neste capítulo, relatamos as formas de organização e as condições de produção dos arranjos. Apontamos o acesso a políticas públicas como fomento, empreendedorismo e outras formas de sustentabilidade, inclusive a atuação dos arranjos na linha tênue entre jornalismo e produção cultural.

A partir da análise dos seis arranjos descobrimos que, mais do que um jornalista-empREENDEDOR, compete a esse jornalista dominar também o campo da gestão em comunicação. Ao mesmo tempo, são revelados, nos discursos desses jornalistas, os limites e as possibilidades técnicas e éticas de se gestar e dar materialidade a um jornalismo no qual acreditam, a partir de seus princípios, crenças e valores.

Interessante ressaltar aqui que trabalhamos com o conceito de jornalismo cultural a partir de Piza (2003), no entendimento de que este é um ramo do jornalismo voltado para análise crítica cultural em áreas como música, teatro, dança, artes visuais e outras expressões artísticas em geral, bem como matérias de cobertura jornalística, entrevistas, perfis de artistas e reportagens em profundidade, no tocante aos principais gêneros jornalísticos abordados por esse ramo jornalístico. Nesse sentido, trata-se de um tipo de jornalismo que se afasta das chamadas *hard news*, notícias *duras*, *quentes*, do cotidiano geral das ruas, ao mesmo tempo em que permite um trato mais acurado e mais tempo de desenvolver as pautas. Isso coaduna com muitas das práticas jornalísticas dos arranjos produtivos, voltados para produção jornalística com mais tempo de pesquisa e apuração, na proposta de experimentação e inovação das narrativas e práxis do jornalismo independente realizado nos moldes contemporâneos.

Todos os arranjos estudados nesta tese se intitulam veículos de jornalismo cultural, exceto o *Portal Correio Nagô*, que trabalha uma gama de temáticas mais ampla dentro do espectro das pautas de mídia étnica, porém com ênfase nas pautas culturais:

O slogan do *Correio Nagô* é “Informação do seu jeito”. A gente quer realmente levar informação mais próxima possível da comunidade negra, das pessoas que para a gente são as mais violadas no direito à comunicação... que interesse a essa comunidade, que elas entendam e que se apropriem dessa informação. Então, *a gente fala do seu jeito porque pode ser produzido pela própria comunidade ou que chegue para ela de uma forma que ela entenda, usufrua,*

⁴⁵ O título faz uma alusão ao romance *O feijão e o sonho*, ficção do jornalista brasileiro Orígenes Lessa (1903-1986), que fala sobre o drama de uma família que ousa sonhar e ser feliz enquanto tenta, ao mesmo tempo, *driblar* as necessidades de sobrevivência.

se empodere dessas informações. Então é essa temática nossa... a gente tenta englobar os vários temas sociais, políticos, interacionais, mas trazendo para o nosso olhar, para o nosso diálogo.

A gente faz muita pauta de cultura, dos artistas. Antes do Rap está aí tocando e sendo trilha de novela, a gente já pautava os artistas do Rap, Hip Hop, Bloco Afro, Samba. Nossas pautas são essas. Obviamente, a gente fica muito feliz quando nossos artistas entram no *mainstream*, na cultura de massa, e a gente vai fazer sobre eles, sim. O novo disco de Beyoncé, o novo clipe de Jay-Z, mas a gente também está muito interessado nesses artistas ainda independentes, ainda da cena chamada alternativa, mas que têm uma relevância muito importante para as causas sociais, para a política

A gente tem muita pauta reivindicatória, de crítica, de denúncia do racismo, dos casos de violação. [...] A gente tem pautas como essas reivindicatórias, mas a gente tenta também fazer as pautas positivas. *A área cultural é muito rica em pautas que elevam a nossa autoestima, que eleva o nosso orgulho, a nossa consciência* (André Santana, *Portal Correio Nagô*, 11 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

A ênfase na cobertura — porém não factual — de temáticas ligadas ao jornalismo cultural também está evidenciada no discurso de Jamile Menezes, do *Portal SoteroPreta*:

A gente só publica conteúdos relacionados à cultura negra em Salvador e Região Metropolitana. Nós temos várias categorias: religião, gastronomia, música, artes visuais, audiovisual, teatro, dança, várias categorias na área da cultura. Todas as matérias giram em torno desses gêneros apenas. Eu não faço matéria de cunho social, nem de factual. Só relacionado à cultura mesmo (Jamile Menezes, *Portal SoteroPreta*, 17 de abril de 2019, depoimento oral)

5.1 *Ganhar a vida a partir do jornalismo*

Ganhar a vida é uma expressão muito utilizado como sinônimo para trabalho. Optamos por essa terminologia por crer que sintetiza bem a forma como os jornalistas entrevistados percebem sua relação com as atividades laborais que realizam. *Ganhar a vida* através do jornalismo é o que todos os entrevistados fazem. No entanto, todos possuem outras fontes de renda: o trabalho no arranjo não é a principal fonte de renda em nenhum dos casos estudados.

Essas outras fontes de renda são como docentes no Ensino Superior, como professores da iniciativa pública ou privada; *freelancers* em assessoria de imprensa para grupos culturais ou outros empregadores, inclusive sindicatos; empregos públicos em órgãos governamentais; produtores culturais, DJs.

O arranjo não é, em nenhum dos casos, a primeira ou principal fonte de renda — mas

um espaço de conciliação entre geração de renda, ativismo e, principalmente, fazer o que gostam e no que acreditam. É o que nos diz o relato de Rafael Flores, da *Revista Gambiarra*:

A Gambiarra começou *nessa pegada*, a gente via uma possibilidade de ter uma sustentabilidade, para o projeto e para a gente mesmo. A gente estava saindo da universidade, meio sem saber o que fazer, porque na realidade local, o mercado de comunicação não é muito favorável e isso vai precarizando ainda mais. Só que, atualmente, a gente até enquadrou a Gambiarra como um veículo sem fins lucrativos.

Porque a gente foi passando por vários processos. Atualmente, a gente meio que se enquadrou como veículos sem fins lucrativos. Sempre foi. Para manter o site no ar, a gente já tirou dinheiro do bolso graças a outros trabalhos que a gente faz aqui na cidade, como eu falei, também, da Vagalume... a gente criou uma empresa de assessoria de imprensa para atender essa necessidade nossa e essas coisas também acabam sustentando a *Gambiarra*.

A *Gambiarra*, apesar de ela não ter essa sustentabilidade fixa, ela nos dá visibilidade para outros trabalhos, que é o que acontece com essa empresa paralela que a gente criou. O que a gente consegue desse capital social, a gente passa para outra empresa, porque é o que a gente pode atender nessa questão de publicidade, de marketing, que é o que a gente não consegue atender pelo jornalismo da *Gambiarra*. Na verdade, as pessoas aqui estão acostumadas a essa relação mais fluida, que você paga para uma matéria subir no blog, tal etc. E, aí, a gente fez isso, meio que, para dividir esse processo. Dar esse limite. Embora seja difícil as pessoas entenderem isso: “ah, estou precisando que a *Gambiarra* venha fazer umas fotos para a minha banda”. Não é a *Gambiarra*, é a *Vagalume* (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, depoimento oral)

Apenas um dos jornalistas declarou ser sindicalizado e, além disso, ter uma relação mais formal com este — possui cargo sindical. O contato com movimentos sociais acontece em todos os casos — seja movimento estudantil, movimento negro, movimento sindical, movimento LGBTQIA+⁴⁶, movimento pela democratização da comunicação ou, ainda, movimento em defesa da cultura e pelo *software livre*. É como verificamos no depoimento a seguir, de André Santana, do *Portal Correio Nagô*:

O primeiro movimento que eu fui fazer parte foi o Mídia Étnica. A gente estava dialogando com os estudantes, com a Executiva Nacional de Comunicação Social (Enecos) e com mídia livre. Mas eu não fazia parte. A gente ia fazer atividades. Colegas do Mídia Étnica eram mais envolvidos do que eu. Mas eu me formei antes deles. E quando o Mídia Étnica se formou em 2005 eu já estava formado, já estava trabalhando, já estava atuando. Não fazia parte desses movimentos. Depois desse que eu passei a participar do movimento negro, atuei em mandatos parlamentares, mas nunca me filiei oficialmente a nenhum partido. Eu sou do Sindicato dos Jornalistas Profissionais da Bahia (Sinjoba), cheguei a ser diretor dessa pauta de Gênero

⁴⁶ A sigla se refere ao movimento de lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, *queer*, intersexo, assexuais e outros gêneros. Nas falas dos entrevistados, na maioria das vezes, foi utilizada a sigla LGBT, o que mantivemos na transcrição dos depoimentos para fins de padronização e para ser o mais fidedigno possível ao depoimento original.

e Raça, durante um tempo. Mas a gente nunca teve o Mídia Étnica vinculado a nenhuma entidade nacional, coletivos e tal, e nem a partido político (André Santana, *Portal Correio Nagô*, 11 de janeiro de 2019, depoimento oral)

O mesmo pode ser extraído da fala de Pedro Jatobá, do *Portal Iteia*, quando se declara ativista pela cultura e *pelo software livre*:

Participo do movimento Música Para Baixar, da Rede de Produtoras Culturais Colaborativas, participo da Rede de Pontos de Cultura no Brasil, participo do Movimento de Economia Solidária, das Rádios Comunitárias Brasileiras, não da Associação, não sou da Abraço, mas participo do movimento de organizações. Do Movimento de Software Livre, principalmente, sou muito ativo. Lá em Porto Alegre, desde a época em que eu morei lá, da Associação Software Livre, do Fórum Internacional de Software Livre, que acontece todo ano em Porto Alegre (Pedro Jatobá, *Portal Iteia*, 20 de janeiro de 2019, depoimento oral)

5.2 A práxis jornalística nos arranjos

Todos se declararam jornalistas, mesmo os que não têm formação superior em Jornalismo. E também todos se declaram trabalhadores. Assim, talvez o campo jornalístico possa ser entendido aqui também como campo de trabalho (BOURDIEU, 2005), atentos aos limites éticos que muitas vezes essas relações podem apresentar.

É o que revela o depoimento de Pedro Jatobá, do *Portal Iteia*, que não é formado em Jornalismo, mas se considera jornalista e trabalhador, não só no jornalismo, mas também atuando em profissões correlatas ligadas à comunicação, tecnologia e artes em geral:

Eu me considero um trabalhador. Sou cooperado, pago o INSS, dentro da minha cooperativa recebo por horas de trabalho. No Instituto Intercidadania sou trabalhador voluntário, muitas vezes, mas não deixo de realizar trabalho. Muitas vezes eu não estou recebendo nada e estou trabalhando. Como músico, me considero, cada vez mais, como DJ, um trabalhador porque ultimamente eu tenho tocado no Digitália, em Salvador, no Pelourinho, toquei no Carnaval de Mucugê ganhado cachê. *Se eu estou ganhando cachê eu estou sendo exigido como trabalhador*, o som não pode parar no meio do caminho. Eu não posso furar porque eu estou na divulgação, na grade. Como fotógrafo, você não pode perder aquele momento único do evento, eu estou recebendo também. Fiz um evento de corrida na Chapada, “Corre, Chapada”, fiz o Carnaval de Mucugê, recebendo (*remuneração*). *Então me vejo como um trabalhador em todos esses prismas*

Eu atuo no jornalismo desde 2003. Antes disso, eu tive sites pessoais. Tive um site de humor que a gente publicava conteúdos, mas não é uma coisa que eu registro como jornalismo, era muito uma brincadeira. A partir de 2003, eu atuo dentro de um site de cultura muito importante de Pernambuco, dentro do JC.

Meu post “Cobertura do Carnaval” saía na home do Jornal do Commercio, naqueles sites parceiros embaixo. Tinha audiência enorme. E, às vezes, o UOL puxava do JC e a gente ia parar na capa do UOL.

Eu sou produtor cultural. Porque, assim, eu estava no Carnaval agora, toquei duas noites como DJ, fotografei para a Prefeitura de Mucugê. Nas apresentações carnavalescas, *eu estava trabalhando como fotógrafo, que é um tipo de jornalismo, tipo de comunicação*, e também estava como músico. E eu sou programador, faço parte de uma cooperativa de software chamada Eita (Educação, Informação e Tecnologia para Autogestão), sediada em Caldas, Minas Gerais. Também tenho mestrado em Gestão Social pela UFBA e fui professor do IFBA, em Ilhéus, até ano passado (2018). Estava como professor substituto dando aula para 288 jovens, de informática. Eu tinha uma turma de 46 meninos de 15, 16 anos (Pedro Jatobá, *Portal Iteia*, 20 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Caso parecido é o de Carlos Gomes, que não tem formação em Jornalismo, mas a partir do blog, e depois site, voltado para entrevistas e crítica literária, buscou o mestrado em Comunicação como uma forma de interface maior com essa área, com a qual já se afinava:

Eu fiz toda a formação em Letras, habilitação português e inglês. Só que eu foquei em literatura e, assim que eu me formei, fui trabalhar como revisor na Secretaria de Direitos Humanos daqui do Recife. Na verdade, era numa agência que prestava serviço para a Secretaria. Fiquei quase dois anos lá trabalhando e, em paralelo, envolvido com o Outros Críticos... ligado muito à crítica, jornalismo, eu me interessei muito pela área de comunicação e algumas pessoas da área de comunicação começaram a também colaborar com o Outros Críticos. Eu tinha um projeto sobre tropicalismo e *manguebeat*, que achava que cabia no curso de Comunicação e aí fiz o mestrado todo em Comunicação (Carlos Gomes, *Revista Outros Críticos*, 13 de abril de 2019, depoimento oral)

É interessante perceber nesses discursos que, mesmo quando os entrevistados fazem uma crítica aberta aos modelos de negócio e modos de produção do jornalismo tradicional, muitas vezes, reportam-se a estes para respaldar suas trajetórias e referendar suas experiências.

Ainda no sentido desta comparação, foram apontadas, nestes discursos, as diferenças entre jornalismo independente e jornalismo tradicional. Para Jamile Menezes, do *Portal SoteroPreta*, a inovação no conteúdo é um dos principais marcadores desta diferenciação:

A diferença do jornalismo tradicional é que o conteúdo é diferente. É único, é especializado, é o único portal hoje especializado em cultura negra, onde você só vai ter registros em memória e divulgação de cultura negra na cidade. Então, a grande diferença seria essa. E também o olhar, a gente é jornalista, a gente é preta, a gente tem um olhar sobre a nossa cultura que é completamente diferente da mídia tradicional, digamos assim. *Faz tempo que a mídia tradicional não é feita por nós. Então, como não é feita por nós, não é vista como nós vemos* (Jamil Menezes, *Portal SoteroPreta*, 17 de abril de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Já André Santana, do *Portal Correio Nagô*, é assertivo ao afirmar a proposta do seu

arranjo como em contraposição ao que é feito na mídia tradicional:

A gente não entra nesse discurso da mídia tradicional dessa pseudo imparcialidade, a gente não acredita nisso porque a gente sabe que todos os veículos têm lado, só não declaram, só não têm coragem de afirmar. A gente não, a gente está do lado realmente da comunidade negra, que sabe que historicamente esteve à margem, foi discriminada, foi afastada dos seus direitos. E o que há de melhor acima dessas duas coisas que eu falei é o espaço de formação. Isso a gente não abre mão. Então, *Correio Nagô* é um espaço de formação. Todo mundo que entra aqui, entra com esse intuito. A gente tem uma produção a cumprir, a gente produzir conteúdo, tem que submeter texto, tem que fazer conteúdos audiovisuais, mas a gente tem que estar se formando o tempo todo. Essa casa funciona com muitas atividades, muitos eventos para isso, para formar as pessoas que estão aqui dentro. Isso, para a gente, é fundamental (André Santana, *Portal Correio Nagô*, 11 de janeiro de 2019, depoimento oral)

Por sua vez, Rafael Flores, da *Revista Gambiarra*, embora declare fazer jornalismo independente, percebe a mídia independente não como *alternativa* à mídia tradicional, mas como mais uma categoria do jornalismo, que se soma ao que já vem sendo realizado, substituindo lacunas e contribuindo para a pluralidade de vozes, especialmente em cidades do interior:

A gente meio que tentou fazer algum movimento para a gente ir educando a cidade, nesse sentido, da importância do jornalismo, da importância de se investir no jornalismo, como é uma cidade muito forte no comércio, muito forte na parte da construção, educação também, é um polo de educação. Mas é tudo isso... as pessoas não veem o jornalismo como se fosse algo... ainda mais agora, nesse período aí que... de *fake news*, que as pessoas preferem acreditar no Whatsapp do que nos veículos.

As nossas pautas são muito voltadas para a questão social, ativista e tudo o mais – aqui na cidade, só para contextualizar, nós temos uma filial da Rede Bahia, que é a TV Sudoeste –, que tem um espaço muito pequeno, como outras TVs de interior tem na programação. A televisão, não só da Rede Globo, mas também do SBT – que aqui na Bahia é a TV Aratu –, o espaço que tem é muito pequeno. Além de tudo isso, essas pautas que a gente traz na Gambiarra não são pautas que estão presentes nesses veículos. E aí a gente consegue dar visibilidade (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, depoimento oral)

Também aponta como principal diferenciação nessa *práxis* a *proximidade* com as temáticas, uma vez que, a seu ver, os jornalistas independentes já atuam nesse campo de ação em defesa dos direitos humanos e nos movimentos sociais. Além disso, também observa que a mídia tradicional, nos últimos anos, também se inspira na *práxis* jornalística das mídias independentes:

Acho que o principal ponto de diferença com a mídia tradicional é a quebra com a parcialidade, com o mito da parcialidade. Eu acho que isso é o principal. Mesmo com a mídia tradicional absorvendo muita coisa da mídia

independente nos últimos tempos, as narrativas, é uma coisa que eles não quebram, são imparciais, aquilo ali é a grande verdade. A gente sempre faz questão de dizer para todos espaços que a gente está na cidade ou com outros colegas, que a nossa intenção em chegar não foi substituir ninguém, não foi substituir o blogueiro das notícias⁴⁷, foi complementar com a notícia.

Por isso que a gente é diferente, porque a gente chegou para completar, não para substituir, o que ele está fazendo. A gente veio para dizer que existem outros olhares, existem outros olhares sobre as coisas, isso é uma coisa que o jornalismo tradicional ainda peca muito. Acho que isso ainda não foi revertido nesse olhar. E eu acho que também esse contato direto com as fontes, não é um contato, é uma vivência. O contato que a gente tem com as fontes não é o contato de eu ter o telefone da fonte e ligar para ela. É um contato de estar nos mesmos espaços, de estar nos grupos de discussão, de estar nas mesas de discussão, de estar no ambiente em que a gente se encontra, que essas coisas são discutidas.

Um jornalista de um veículo tradicional não está nesses espaços, não está discutindo isso, não está acompanhando a assembleia do movimento de ocupação, não está preocupado com isso. Ele vai para lá para cobrir a derrocada do negócio, pega as fontes oficiais, sempre com aquele cuidado de ouvir os dois lados, mas que é uma coisa que a gente quebra, que quebra até um pouquinho com a discussão do próprio jornalismo, se a gente for entrar em detalhes do que é o jornalismo. Mas que a gente acha que nem sempre é necessário ouvir todos os lados, porque a gente tem uma visão e uma forma de se seguir e trabalhar que, às vezes, a gente não precisa ouvir a versão da política, a gente sabe exatamente qual que é o procedimento, os processos e o que leva à notícia daquele jeito. Nesse sentido que eu observo (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, depoimento oral)

Por sua vez, Paulo Floro, da *Revista o Grito!*, aponta a passagem profissional sua e de seus colegas de equipe nos cadernos culturais de veículos tradicionais como um conjunto de conhecimentos necessários para o trabalho que realizam hoje. Além disso, o próprio acúmulo com a experiência docente em cursos de Jornalismo parece ser um diferencial na realização deste trabalho:

*Os três editores, todos trabalhamos em veículos tradicionais, JC, Diário, Folha⁴⁸. Os três são professores também, um deles já foi coordenador do curso de Jornalismo, tem uma longa experiência, pós-doutorado. Então, a gente tem esse background muito grande desse jornalismo tradicional (Paulo Floro, *Revista o Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral)*

Ao mesmo tempo, ele aponta aproximações e distanciamentos entre o jornalismo que é produzido na mídia independente e na mídia tradicional:

Eu acredito que o jornalismo independente traz uma experiência muito

⁴⁷ Como já aponta Barros (2019), o blogueiro de notícias, nos municípios do interior, cumpre papel de veicular notícias locais e regionais. Muitas vezes, entretanto, tais blogs tidos como independentes estão ligados a políticos locais numa, talvez, nova conexão de *coronelismo eletrônico*.

⁴⁸ *Jornal do Commercio*, *Diário de Pernambuco* e *Folha de Pernambuco* são os três principais jornais tradicionais de Pernambuco, em termos de tempo de existência, circulação e organização em sistemas de mídia.

grande de um jornalismo mais tradicional, porém se permite uma maior desconstrução. Eu identifico muitas coisas que a gente [Revista O Grito!] faz muito ligadas ao jornalismo tradicional, o que é bom também. Por exemplo, a gente tem um rigor muito forte em relação à apuração, ao estilo, a gente tem um manual muito pré-determinado de como se organizam nossas reportagens, nossos materiais têm uma padronização muito forte. Mas, por outro lado, a gente é muito mais livre em relação às pautas, eu acredito, que você não encontraria isso no jornalismo tradicional.

A gente se permite mais ousar na linguagem, trabalhar a linguagem numa maneira mais um pouco diferente. Mas eu acredito também que o jornalismo tradicional vem se reinventando um pouco. O que a gente entende por jornalismo independente, hoje, há veículos que estão tão grandes e tão ricos, em termos de conteúdo, quanto jornais mais tradicionais, caso do Marco Zero Conteúdo.

E a gente vê jornais tradicionais com muita inovação, muita experimentação. Eu acho que a internet veio para quebrar todas as estruturas de tudo, do que chama de jornalismo pós-industrial, que é essa necessidade de uma reinvenção. O jornalismo independente, ele conseguiu avançar mais do que os jornais tradicionais. Focando um pouco aqui em Pernambuco, eu acredito que o jornal local tradicional, ele não conseguiu ainda superar um outro lugar que ele tinha, que as pessoas já não mais acreditam nesse espaço quase intocável, privilegiado do jornal local como uma primeira fonte de notícias. (Paulo Floro, *Revista o Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral)

Outra questão levantada pelo entrevistado são as inovações e experimentações trazidas por ambos os tipos de mídia, ao mesmo tempo em que observa que o jornalismo tradicional, embora conte, muitas vezes, com aparato tecnológico suficiente, tem dificuldades na mudança de práticas e hierarquias:

Eu acho que o jornal local não conseguiu avançar nessa necessidade de invenção que a internet trouxe. Eu trabalhei durante muito tempo no jornal local, a gente ficava lá louco tentando entender como fazer jornalismo dentro desse novo momento. Por outro lado, a gente era muito preso a uma rotina de trabalho muito ligada ao jornal tradicional. *A aposta era muito mais tecnológica, quando na verdade a necessidade era de uma mudança de rotinas produtivas, de modo de produção.* Então, o jornal daqui investiu muito tempo em novas tecnologias, em especiais superelaborados e bonitos.

Mas, na prática, era o tipo de jornalismo muito ligado ao que já fazia no papel. O próprio jornal tinha essa hierarquia, você não podia criar algo que furasse o jornal impresso. Era um produto ainda muito privilegiado. *E foram surgindo outras vozes, outros sites, outros espaços que começaram a tomar lugar desse jornal mais tradicional* ((Paulo Floro, *Revista o Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral)

Carlos Gomes, da *Outros Críticos*, também concorda com Paulo Floro, percebendo as contradições da relação do próprio arranjo com a mídia tradicional, quando diz:

A gente não tem esse preconceito de fazer uma separação “não, o que a gente faz é experimental, é de vanguarda e o que jornalista na redação faz é uma coisa ultrapassada”. Não... Há coisas do jornalismo tradicional que a gente é

muito crítico, mas há também pequenas invenções dentro do jornalismo tradicional. Por exemplo, Fabiana Moraes⁴⁹, os cadernos que ela fazia dentro do *Jornal do Commercio*.

Tem um crítico chamado GG Albuquerque, que hoje ele faz mestrado em comunicação e colabora com o *Outros Críticos*, ele tinha umas pautas bem de música experimental dentro da *Folha...* depois, dentro do *Jornal do Commercio*. Então, *dentro dos jornais a gente percebia pequenas coisas de invenção. Essas coisas atraíam a gente. A gente conseguia puxar algo, deslocar algumas coisas de lá para o trabalho da gente. E eu também sentia uma reverberação dentro dos jornais – críticos de música, principalmente –, de gostar do trabalho que a gente fazia.* A gente tem uma crítica muito grande ao jornal tradicional, que é dessa coisa do agendamento, de ficarem muito preso à agenda e que, muitas vezes, a gente próprio se utiliza (Carlos Gomes, *Revista Outros Críticos*, 13 de abril de 2019, depoimento oral)

5.3 Características dos arranjos de jornalismo cultural

Sobre as condições de surgimento do arranjo, muitas vezes, a dificuldade enfrentada no mercado de trabalho formal ou a relação com movimentos estudantis desde a universidade provocaram a ideia de constituir o arranjo. De toda forma, este surge como projeto possível de gestar o jornalismo que eles, de fato, querem realizar, a partir de seus valores e princípios éticos. Como revela Paulo Floro, da *Revista O Grito!*:

Eu sempre gostei do jornalismo, em si. Era uma coisa que eu me apaixonei ainda como adolescente e sempre quis trabalhar e criar um próprio veículo. Admirava muitos sites gringos que eu lia, que falavam de bandas que eu gostava, o modo que eles falavam de música de uma maneira muito crítica e também de quadrinhos. Dessa necessidade de ler sobre coisas que eu não encontrava nos outros sites, eu decidi fundar um blog, ainda como estudante, junto a dois colegas. Um estudava comigo, que era Fernando Albuquerque, na Católica, e o outro era um cara de *webdesigner* (Paulo Floro, *Revista O Grito!* 31 de março de 2019, depoimento oral)

Outra colocação neste sentido podemos perceber no discurso de Rafael Flores, da *Revista Gambiarra*:

A nossa política editorial foi bem clara no próprio subtítulo, *Revista Gambiarra - Jornalismo, Cultura e Ativismo*. Tudo o que a gente se interessa

⁴⁹ Jornalista e doutora em Ciências Sociais (UFPE), Fabiana Moraes atualmente é professora de cursos de Comunicação Social na UFPE, no *campus* Caruaru. Sua trajetória anterior no jornalismo impresso tradicional é de longa data, na qual assinou reportagens especiais e em profundidade nos cadernos do *Jornal do Commercio*, por mais de uma década. Estudo sobre suas reportagens de autoria pode ser acessado em: DINIZ, A. T. M. **O que é um autor na reportagem: diálogos entre ética, singularização e pontos de vista no discurso jornalístico**. 2018. 155f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2018.

por cobrir vai nesse perfil. O jornalismo, nessa questão da profundidade, da preocupação com a reportagem, uma coisa que está meio abandonado, mas *faz parte do DNA da Gambiarra*. A reportagem, desde o início, de trazer essa profundidade para as informações locais, que é uma coisa que a gente sentia muita falta. A cultura, porque a gente já traz essa bagagem da produção cultural e estar dentro desse processo da cultura independente de Vitória da Conquista e o ativismo, também, para a gente ter essa relação. Então, nossas pautas sempre são voltadas para esses eixos. Sempre pensando questões das pautas que chegam até a gente (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

A defesa da mídia livre e a apresentação das contradições na presença das chamadas mídias *livres/independentes* em redes e plataformas de softwares proprietários é exposta na fala de Pedro Jatobá, do *Portal Iteia*:

*O que fazemos é mídia independente. E existe mídia livre em plataformas proprietárias? Essa é uma outra pergunta que eu deixo para vocês até questionarem. Eu vejo um monte de coletivos que se afirmam mídia livre e que tão colocando um monte de conteúdos para multinacionais nessa lógica, que a gente está discutindo aqui. Estão cedendo toda a militância, os rostos de todo, os reconhecimentos faciais de Facebook. Usando plataformas que na verdade geram uma grande base de dados contra nós e que nós já cedemos os direitos autorais da nossa imagem, nossa cara no vídeo que está ali, tudo (Pedro Jatobá, *Portal Iteia*, 20 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)*

As relações dos arranjos com os movimentos sociais — previamente existentes, ou organizadas a partir da própria constituição dos arranjos — podem ser percebidas, de uma forma ou de outra, nos arranjos estudados. É o que se percebe na fala do entrevistado André Santana, do *Portal Correio Nagô*, ao correlacionar a militância do movimento negro à militância na pauta da democratização da comunicação:

A gente queria ter essas duas frentes de luta. Dentro do movimento de democratização da comunicação, a gente queria colocar a pauta racial como prioritária. Não pense que é fácil. Foi muito difícil. A gente estava lidando com pessoas super jovens, querendo mudar o mundo, acabar com o monopólio da Rede Globo, acabar com as sete famílias que dominam a comunicação, mas para quê? Para distribuir para quem? Para dar voz a quem? Então a gente teve... a gente tem história para contar de resistência nesse sentido. E do outro lado, a gente queria *por dentro do movimento negro falar da comunicação*.

Dizer ao movimento negro que a comunicação é essencial, que é um direito, que a comunidade negra, com as ferramentas da comunicação... a gente poderia ampliar os discursos, a luta. Esse foi muito mais fácil. Inclusive, porque a gente percebeu primeiro que tinha muito interesse em comunicação dentro do movimento negro. E a gente recebeu muito apoio dos mais velhos do movimento, da luta, de abraçar mesmo e dizer “que ótimo que vocês estão querendo contribuir”.

E, segundo, do histórico já da utilização da comunicação pelo movimento negro. Foi uma alegria para a gente e ao mesmo tempo um grande

aprendizado, porque a gente chegou achando que a gente ia ensinar para os militantes negros o que era comunicação e a gente deu de cara... que já existia *Jornal do MNU*, já existiam figuras importantíssimas, o *jornal Ìrohìn*, várias pessoas que colocaram a comunicação como prioridade e atuaram na militância negra com comunicação.

Por isso que foi criado o Instituto Mídia Étnica. E como a gente achava que a gente não podia somente ficar fazendo frente à mídia tradicional, criticar, apontar as violações na mídia, a gente também tinha que ter a nossa própria mídia. Como o movimento negro já tinha criado mídias, como o *jornal do MNU*, o *jornal Ìrohìn*, a gente também tinha que ter o nosso veículo de comunicação. Então, em 2008, a gente criou o *Correio Nagô*, que é um portal de notícia voltado para pautar essas questões negras, questões raciais. É um veículo da mídia independente, um veículo jornalístico, a gente produz conteúdo jornalístico, de audiovisual há dez anos (André Santana, *Portal Correio Nagô*, 11 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral).

Paulo Floro, da *Revista O Grito!*, também apresenta as intersecções entre as pautas culturais e os movimentos sociais na cobertura jornalística de seu arranjo:

As principais temáticas nossas, a gente cobre todo o espectro da arte. Mas nosso foco principal é música e quadrinhos. Mas a gente trata de tudo, de teatro, de cinema, tudo cai na nossa rede. Volta e meia a gente também faz um pouco... não é que foge, mas, de fato a gente trabalha, por exemplo, questões de política pura e simplesmente. Por exemplo, marcha das mulheres. Teoricamente não é ligada à arte, mas a gente acredita que aquilo é parte de uma cultura social. É importante, então, a gente trabalha. Se a gente encontra algum link com cultura, a gente dá um destaque. Porém, nem sempre é possível. A gente cobriu a marcha das mulheres, a gente cobriu durante muito tempo o Ocupe Estelita⁵⁰. A gente falava muito do Ocupe Estelita nos aspectos ligados à cultura, as bandas que estavam lá, a parte do design da comunicação. A gente fez uma matéria sobre como foi importante essa parte da comunicação visual para a popularização do movimento, mas, volta e meia, a gente ia lá só para cobrir mesmo. A gente acampou lá. Mas, em geral, a gente trabalha dentro do espectro da arte. Volta e meia a gente também está trabalhando outros aspectos. Algo que não necessariamente seja um produto lançado, uma banda nova (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral)

⁵⁰ O Ocupe Estelita foi um espaço de ocupação dos movimentos urbanos, no Cais José Estelita, no Recife, em defesa da moradia urbana e contra a especulação imobiliária, que ocorreu entre 2014 e 2015. Ali, ativistas ligados a movimentos de direito à cidade, de direito à cultura, LGBT, dentre outros, revezaram-se em acampamentos, oficinas de formação, shows e outras formas de intervenção, incluindo ações socioculturais e de democratização da comunicação. Após um ano de resistência, a ocupação foi desarticulada pelo poder público local. Ver: QUEIROZ, N. **Direitos em bits**: redes sociais, comunicação e incidência política na Marcha das Vadias Recife e no Movimento Ocupe Estelita. 2018. 251f. Tese (Doutorado em Comunicação) — Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2018.

5.4 O jornalista como produtor cultural

Dentre as novas funções desempenhadas pelos jornalistas estão, em especial nestes arranjos estudados, o papel de produtor cultural — escrevendo e gerindo projetos, produzindo livros, lançamentos, eventos e festivais. Também observamos o acesso a políticas públicas como fomento, e outras formas de sustentabilidade, inclusive a atuação dos arranjos na linha tênue entre jornalismo e produção cultural.

É o que podemos perceber dos depoimentos de Carlos Gomes, da *Revista Outros Críticos*, transcritos abaixo, que revelam a opção por adotar o acesso a editais e projetos para ter mais condições de produzir um trabalho com criatividade e tempo de qualidade, em vez de se limitar a modelos de negócio pré-definidos:

Outros Críticos não é um empreendimento no sentido de acordar todo dia de manhã e trabalhar e ter uma remuneração. A remuneração é muito difusa. A gente até pensou “será que dá para a gente fazer uma coisa mais caprichada para o Outros Críticos, transformar num empreendimento mesmo, jornalístico, e tentar uma startup ou alguma coisa desse tipo?”. Mas acabou que a gente nunca fez, a gente acabou apostando em outras coisas. Como tem muita coisa da literatura, da música... Por exemplo, esse ano, eu vou lançar um livro de poesia, ele está se transformando num disco também. Eu estou focando mais nisso agora. É menos economia criativa e mais essa ideia de inovação na linguagem. A gente trabalha muito inovando na linguagem. Se um jornalista pegar a publicação da gente e for ler de fato, for ver a relação que uma revista tem com uma outra, que um tema tem com o outro, ele vai ver uma série de pequenas invenções no campo da linguagem jornalística (Carlos Gomes, Revista Outros Críticos, 13 de abril de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Ao mesmo tempo, Carlos Gomes tem clareza de que movimenta a cadeia da economia criativa a partir desse trabalho:

Aprovamos site, festival, livro. Então, uma coisa que a gente movimenta é relacionada à economia... é de ter muita gente trabalhando, sete projetos... projetos de R\$ 30 mil a projetos de R\$ 100 mil. Então, é uma grana, um investimento grande, para muita gente. É uma característica da gente que a gente sempre trabalha com muita gente, cada projeto a gente vai apertando o orçamento porque a gente gosta... como eu gosto de trabalhar com muitas linguagens, acaba que sempre tem gente participando dos projetos (Carlos Gomes, Revista Outros Críticos, 13 de abril de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

O mesmo pode ser percebido no depoimento de Rafael Flores, da *Revista Gambiarra*:

A gente sempre foi ligado à cultura e a gente é produtor cultural. Nessa época, nós fizemos o edital para o Festival Suíça Bahiana, de 2011 e, posteriormente, para o Festival da Juventude – dois festivais. Que era um festival que tinha, além da programação musical – cultural, dança, vários eixos –, tinha também a parte de formação, os debates, as rodas de conversa, sempre com temas que

estavam sendo debatidos naquele período. Uma das palestras de abertura foi com Ariano Suassuna (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Sobre as principais fontes de acesso a recursos, o depoimento de André Santana, do *Portal Correio Nagô*, revela-nos os fundos internacionais como maior fonte de sustentação, como podemos aferir a seguir:

A gente recebe muito financiamento internacional, então as exigências são muitas. Então tem que estar tudo certinho com a documentação, pois são recursos internacionais de fundações privadas. Ao longo desses dez anos, na verdade catorze anos, a gente recebeu recursos de fundações internacionais: Fundação Kellogg, Fundação Coca-Cola, Ford Foundation, Brazil Foundation. A gente apresenta os projetos... eles abrem os calendários de editais, a gente apresenta as propostas, eles se interessam e a gente tem feito dessa forma.

A gente só teve dois recursos públicos que acessou ao longo dos nossos 14 anos. Um foi um recurso pequeno, para mídias digitais, da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia. Foi um edital que acho que existiu só uma vez. A gente fez a primeira versão do nosso portal *Correio Nagô*. Foi um edital de mídias digitais. E, mais recentemente, a gente ganhou um prêmio do Ministério da Cultura, os pontos de cultura e tal... Eles fizeram prêmio para mídia livre. Nós ganhamos o Prêmio Nacional de Mídia Livre, recebemos recursos, tínhamos várias propostas, chegamos a fazer algumas coisas muito legais, que foi o Encontro das Mídias Livres da Bahia. Fizemos uma formação em mídia étnica com esse recurso. Mas, quando veio a mudança, a transição de governo, na verdade, o golpe... aí mingou tudo.

Mas a gente sempre evitou recursos públicos. Tanto pelos vínculos, porque a gente não queria muito se vincular às gestões, depois porque a gente sabia que eram muitas exigências, muito difícil para pouco dinheiro. Paulo Rogério sempre foi uma pessoa de articulação internacional, ele sempre via... desde aquela viagem dele à Alemanha, no início de tudo. A partir dali ele não parou de viajar mais. Ele é um figura que viaja o mundo todo. E ele via que durante um tempo havia muito interesse internacional em investir no Brasil, nessas pautas sociais, na pauta racial. Então vamos fazer parcerias, vamos fazer projetos juntos. É claro que chegou um momento que as organizações diminuíram isso, mas ainda têm algumas articulações nesse sentido (André Santana, *Portal Correio Nagô*, 11 de janeiro de 2019, depoimento oral)

Ao mesmo tempo, o depoimento dele expõe as contradições dentre a manutenção de uma *práxis* jornalística de qualidade e a sustentação do veículo:

Hoje, o grande desafio nosso é a sustentabilidade, é a gente pensar o *Correio Nagô* como um veículo sustentável. O *Correio Nagô* foi criado pelo Mídia Étnica e foi mantido pelo Mídia Étnica nesses anos todos. Quando a gente pensou que deveria ter uma estratégia independente do *Correio Nagô* de sustentabilidade, ou seja, que o recurso viesse do próprio *Correio Nagô*, através da produção, do conteúdo, a gente se deparou com essa grande crise da comunicação, dos veículos comerciais todos.

Então, hoje há uma grande dúvida de toda a mídia – seja impressa, digital –

como se sustentar, como se manter. A questão das assinaturas super questionada, as pessoas cada vez pagando menos por informação. As pessoas não estão comprando mais jornal, não querem comprar revista, os sites pensando como se tornar sustentáveis a partir da publicidade digital. Esse é o desafio que a gente tem. Quando a gente pensou “opa, o *Correio Nagô* tem que se manter, tem que se bancar, tem uma história, tem um conteúdo relevante, tem um público. Como é que a gente faz para se manter?”. Foi então que a gente se deparou com essa crise, que é uma crise geral da imprensa. Então esse é o grande desafio que a gente tem para o futuro. Porque relevância a gente tem e vai continuar tendo. Relevância, quero dizer assim, há uma necessidade ainda de informar sobre isso, há uma demanda desse conteúdo ainda. A gente sabe que não está superado, com todos os avanços que a comunidade negra conseguiu, a gente sabe que não está superado... as questões das violações.

Então, a gente precisa falar sobre isso, ainda é um assunto relevante, importante. A gente precisa falar cada vez mais. O momento político brasileiro que vive hoje, de retrocesso, de ameaças às pautas sociais, de conservadorismo em várias áreas, de perseguição ao pensamento progressista, à luta dos movimentos sociais, à luta negra, à luta LGBT, à luta das mulheres. Então, cada vez mais é importante falar sobre isso. A gente vai continuar falando, a gente tem um compromisso com essas pautas, continua o nosso compromisso. A gente sabe que tem muito mais, hoje, pessoas interessadas a estarem conosco, então, hoje, a juventude quer... está toda empoderada, toda consciente para falar sobre isso. O que a gente precisa é tornar isso sustentável. Que a gente sabe que a comunicação, ela também exige, por mais que a tecnologia facilitou e barateou a produção do conteúdo, mas ela tem um custo, precisa bancar isso, isso que estamos discutindo como fazer (André Santana, *Portal Correio Nagô*, 17 de abril de 2019, depoimento oral)

Jamile Menezes, do *Portal Soteropreta*, também relata os desafios de sustentabilidade do arranjo em questão, especialmente, por questões éticas relacionadas à dupla jornada por ela exercida, em cargo público e na mídia independente:

Eu tenho buscado editais para o portal. Só que infelizmente a minha área é cultura e eu estou dentro de uma Secretaria de Cultura, então eu não posso participar. A gente tem alguns bloqueios administrativos, políticos e burocráticos que impedem. Mas eu tenho buscado editais internacionais, editais nacionais que tenham apoio a ferramentas de comunicação, ferramentas digitais. No momento, só publicidade que entra. Mas tenho buscado e é uma das prioridades (Jamile Menezes, *Portal Soteropreta*, 17 de abril de 2019, depoimento oral)

Ela também afirma ter buscado captação de recursos junto a outros empreendedores, para anunciar no portal, num processo de fortalecimento entre outros empreendimentos voltados para questões étnico-raciais:

É uma forma de a gente se fortalecer, a gente vive falando de fazer dinheiro circular na comunidade negra, mas a gente não aposta nas nossas próprias criações. Então, o empreendedor negro fazer um anúncio num portal feito por uma mulher negra, isso é o *black money*⁵¹... isso é fazer o dinheiro girar. Então,

⁵¹ Iniciativa que visa estimular a circulação da economia entre pessoas negras, a partir de consumo de produtos ou

venho trazendo essa ideia de alguns empreendedores, só que isso anda a passos lentos ainda, porque teria que ter um braço de publicidade no portal, além do jornalismo. Um braço de publicidade, um braço de marketing, para vender o portal, um braço de relações públicas, mas ainda é somente eu. São três anos na luta (Jamile Menezes, *Portal Soteropreta*, 17 de abril de 2019, depoimento oral)

Aos arranjos que fazem jornalismo cultural, a competência em produção cultural aparece como necessário para a atividade produtiva, mais uma vez, no caso da *Revista O Grito!*, as formas de estruturação e sustentação passam pela dimensão da produção cultural.

Além de projetos, anúncios publicitários também geram recursos, porém, em menor escala:

A gente tem como proposta de sustentabilidade diversificar o espectro de captação. A gente decidiu não ficar só num lugar nem noutra, a gente decidiu abrir o leque. Porém, a gente vê que alguns são muito difíceis de conseguir. Por exemplo, anúncio. Vou dizer que a gente não consegue anúncio? Mentira, consegue, porém é difícil você competir com grandes veículos. Inclusive, nem os grandes veículos conseguem mais, porque o bolo da publicidade está indo para o *Google*, *Facebook* e essas outras redes sociais. O que a gente consegue? A gente consegue anúncio quando ele se comunica muito com o nosso público, quando é alguém que quer se comunicar com o nicho.

A outra área que a gente atua é fazendo projetos. Esses projetos são tanto para empresas quanto para editais públicos. Nesses projetos, a gente atua em duas frentes: uma frente a gente atua no sentido de fortalecimento da marca e a outra na captação de recursos.

[...]

Nesse fortalecimento da marca, a gente está sempre trabalhando com festivais ou parcerias com algumas empresas que ajudem a gente a ficar mais conhecido. A gente já estabeleceu uma relação com o Rec-beat⁵². Já estamos há cinco anos como mídia oficial. Então, temos um acesso mais exclusivo, nosso nome é citado antes de todos os shows, a gente trabalha também fazendo alguma ação lá, distribuindo alguma coisa. No Coquetel Molotov⁵³ também tem seis anos que a gente está como mídia oficial. E alguns festivais de cinema, como Animage, Recifest⁵⁴.

Sempre a gente está entrando em contato com algum desses festivais, dizendo

serviços.

⁵² Festival de música independente de Pernambuco, que ocorre durante o Carnaval, como polo alternativo ao Carnaval tradicional, com atrações locais, nacionais e internacionais. O festival surgiu em 1995, no esteio do movimento *manguebeat*, liderado pelo músico Chico Science, e é considerado, hoje, um dos principais festivais nacionais da cena de música independente, reunindo por volta de 50 mil pessoas em suas edições. Uma curiosidade é que a primeira edição do festival, então, uma festa, aconteceu no quintal do já citado Centro de Cultura Luiz Freire, em Olinda, conhecido por abrigar, na ocasião, festas alternativas.

⁵³ No Ar Coquetel Molotov é um festival de música independente de Pernambuco, que acontece desde 2004, com atrações nacionais e internacionais e já é reconhecido como um dos festivais de maior exponência no Brasil. Uma curiosidade é que o festival começou como um programa homônimo de música independente, até 2002, na Rádio Universitária AM (hoje, Rádio Paulo Freire), ligada à UFPE.

⁵⁴ Festival de Cinema da Diversidade Sexual e de Gênero.

“nós somos o veículo que melhor se comunica com o seu público, a gente entende desse assunto. Vamos fazer alguma coisa juntos?”. No Coquetel Molotov, a gente já está com um *stand* lá, com produtos nossos. E a outra área é a gente fazendo projetos para empresas. Por exemplo, o Funcultura, que a gente já aprovou alguns projetos, todo ano a gente aprova alguma coisa. A gente tentou o uso do Itaú Cultural e a gente faz projetos para, por exemplo, a gente iniciar uma conversa com uma empresa, pensar um projeto para ela.

A gente sabe que anúncio não vai rolar. Aí a gente pensa um projeto que tenha algum ganho de imagem para eles e que a gente consiga fazer algo que não fuja da nossa proposta e que se comunique com eles. Por exemplo, a gente está iniciando um projeto com a Baterias Moura. A gente identifica algo que tenha a ver e constrói e assim vai. Às vezes não dá em nada, outras vezes rola.

O bom desses projetos é que eles, diferentemente de um anúncio, têm uma duração maior, até financeiramente é mais interessante que um simples anúncio. Porém dá mais trabalho, de prestação de contas, do próprio trabalho mesmo. E agora a gente vai iniciar, esse mês, uma nova tentativa, na verdade, uma tendência, que é assinaturas. O Catarse, que é uma plataforma de financiamento coletivo, entrou em contato conosco, porque eles estavam fazendo um projeto piloto chamado Catarse Assinaturas. A gente fez parte até do projeto piloto antes dele ir ao ar. A gente fez parte de um grupo que ficava identificando melhorias. Só que a gente não conseguiu terminar o projeto a tempo (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral)

A experiência do *Portal SoteroPreta* também se diversifica a partir da produção cultural, inclusive na segmentação de públicos, com recorte étnico-racial e LGBT, como nos conta Jamile Menezes:

Fazemos jornalismo cultural mesmo. E produção cultural. A gente tem alguns projetos. A gente realizou duas edições de uma festa LesPretas, que é uma festa voltada ao público LGBT, mais para as mulheres negras, que é uma festa só de mulheres cantoras e uma banda formada por mulheres também, todas lésbicas, mas não é uma festa necessariamente *gay*, LGBT. A gente não escancara isso, mas na prática ela é. E o público é mulheres negras lésbicas e bissexuais. A gente já fez duas edições dessa festa, a gente pretende fazer outras edições. Mas precisa de investimento, precisa de gente (Jamil Menezes, *Portal SoteroPreta*, 17 de abril de 2019, depoimento oral)

A produção cultural, de festas e eventos carnavalescos, incluindo aí um bloco de Carnaval, o Alazarra, também é um dos principais eixos de sustentação da *Revista Gambiarra*, gerando recursos mais do que o jornalismo em si, cujo maior investimento vem de esparsos anúncios publicitários locais:

Em 2018, a gente conseguiu pagar os custos de hospedagem, os custos do site (*com produção cultural*). A gente conseguiu pagar coisas que não conseguia pela própria *Gambiarra* – desde 2014 ou 2015, que a gente não conseguia levantar essa grana. A gente repetiu em 2019, então meio que *a Gambiarra ela se sustenta com esses eventos pontuais que a gente faz durante o ano pelo bloco*. A gente acabou criando uma marca extra com o sucesso da iniciativa passada. Isso já era um modelo que a gente já fazia desde a faculdade. Teve uma época em que a gente pagava aluguel com festas. A gente ficou dois anos

– 2017 e 2018 – com o escritório, que era da Gambiarra. A gente alugava o espaço, era um espaço de *co-working* com mais duas empresas. No final do ano passado, a gente decidiu voltar para o *home office*, porque os custos já estavam pesados. Os equipamentos usados são os equipamentos pessoais.

Passamos muito tempo batendo cabeça de como a gente faria isso. Nessa fase inicial, a gente conseguiu pegar algumas publicidades tanto do governo quanto de empresas privadas, pequenas empresas. Mas isso não durou muito tempo, até porque a gente tinha uma boa relação com a prefeitura, de antes, que era a prefeitura do PT. Foram 20 anos de história do PT aqui e, atualmente, é um prefeito do PMDB – radialista e tal –, e a gente não conseguiu manter a mesma relação com a prefeitura nessa parte da comunicação, da publicidade. Por outro lado, a gente começou a pensar em alternativas de financiamento. Esse ano, em 2018, ano passado, a gente criou um bloco de carnaval, o Algazarra (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, depoimento oral)

Tais depoimentos apontam para os desafios éticos apresentados no trabalho realizado pela *Revista Gambiarra*, em relação ao apoio com verbas publicitárias governamentais locais. Ao mesmo tempo em que indicam a gestão municipal atual ocupada por um radialista — e aqui, mais uma vez, reafirmam-se as imbricações ainda pulsantes do *coronelismo eletrônico* no interior do Brasil (BARROS, 2019) —; o fundador do arranjo se dedica, como outro trabalho fixo, à assessoria de imprensa para um vereador de um partido de esquerda:

A gente sempre esteve muito próximo de todos. Eu não sou filiado a um partido. A gente tem um histórico próximo ao PT, por ter trabalhado, muitas vezes, para campanhas, como *freelancers*. Atualmente, eu sou assessor de um vereador do PT, daqui de Vitória da Conquista, mas não sou filiado, não sou ativo dentro do partido, nem nunca fui em nenhum outro, nem sou organizado. A gente não é organizado, nesse sentido. Apesar de a gente ser muito próximo de coletivos, de organizações – do Levante Popular da Juventude, o próprio PT, o PSOL daqui de Vitória da Conquista, o próprio Intervozes –, a gente não chegou a militar dentro dos grupos... Acho que é mais um diálogo que a gente mantém. Até porque a nossa proposta é essa. Geralmente, quem está à frente dessas mobilizações são esses grupos, principalmente aqui em Vitória da Conquista. Inclusive, a gente chegou a tocar algumas atividades do Intervozes aqui, porque nós éramos os únicos representantes (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, depoimento oral)

Ao mesmo tempo, declara que seu posicionamento político não interfere no trabalho de mídia independente realizado pela *Revista Gambiarra*:

A gente tem esse perfil – falando do perfil editorial – de não se entender como o jornalista padrão, imparcial. A gente sempre deixa muito claro os nossos posicionamentos. Isso foi uma preocupação que a gente sempre teve, desde a faculdade, de se afastar da imparcialidade e deixar isso sempre bem claro para o público. A gente conversa muito com o público, deixa isso sempre bem claro, de quais são as nossas pautas. A nossa pauta é pelo social. É pela democratização da comunicação, democratização do acesso à cultura. Sempre as nossas pautas vão ser baseadas nesses pensamentos.

A gente produz jornalismo. A revista Gambiarra, a gente fez para fazer

jornalismo, para ter o espaço de produção de jornalismo. E eu acredito que seja jornalismo independente, justamente para a gente estar procurando essas pautas que, normalmente, não têm visibilidade no jornalismo convencional, o jornalismo que a gente está acostumado aqui. Não é um jornalismo noticioso, pautado na notícia diária. Não é isso, nunca foi isso. A gente sempre quis dar uma profundidade maior nas coisas que a gente pauta, sempre. Apesar de nem sempre a gente conseguir por diversas questões.

Mas o nosso foco não é a notícia. A notícia é uma coisa que vem e a gente acaba publicando. Mas a reportagem é o nosso foco, por isso a gente faz jornalismo. E o independente vem muito dessa questão das nossas escolhas e também de como a gente se autofinancia. A gente não tem grandes financiamentos, é uma coisa autofinanciável. Então a gente se entende como jornalismo independente (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, depoimento oral)

5.5 O jornalista-gestor

Outra competência elencada nos discursos dos entrevistados é a habilidade de gestão requisitada para o trabalho realizado por eles nos arranjos. Isso é destacado por Rafael Flores, da *Revista Gambiarra*: “Eu acho que o jornalista tem que ter noção de gestão. *Sendo jornalista independente, ele vai precisar gerir o próprio negócio ou a própria carreira. Seja o veículo que ele vai criar, seja ele mesmo.*” (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral). A exigida competência de ser um jornalista-gestor faz com que se precise dominar não só técnicas e tecnologias próprias da área da comunicação social e do jornalismo, mas, também, ferramentas do empreendedorismo, da administração e da gestão de projetos. Ao não dominar tais habilidades, muitas vezes, o jornalista passa a realizar uma autocrítica sobre as potencialidades do arranjo. Esse dilema é colocado na fala de Paulo Floro, da *Revista O Grito!*:

Eu acho que a gente tem muito potencial. Porém eu faço uma autocrítica de alguns gargalos que temos, por exemplo, um deles é a questão financeira. Eu adoraria que a gente tivesse um administrador, que não precisasse nem ser jornalista, que tivesse um tino de compreender nosso conteúdo e torná-lo rentável. Eu acho que a gente poderia ter muito mais visibilidade do que a gente tem e muito mais sustentabilidade do que a gente tem. Eu acho que a gente tem uma fortuna crítica muito grande, um conteúdo muito extenso, ativo, que é muito valoroso.

Porém a gente não consegue fazer dinheiro a partir dele. Isso eu acho que é o problema... acho que do jornalismo independente como um todo... O público se identifica, o site tem bons índices de audiência, nunca a audiência caiu desde mais ou menos 2016, a gente segue crescendo, isso é visto também nas

redes sociais, com repercussão. Porém a gente não tem nem tempo, nem um tino, que acho que é de um outro profissional... são outras referências, outros processos que a gente não sabe.

A gente ainda consegue ligar a parte de projeto, por quê? Porque o projeto tem a ver conosco, tem a ver com entender nosso conteúdo, mas *a parte de venda, de negociação, a gente não é tão bom*. A gente está sempre tentando empreender. *Eu acho que empreender é isso: nunca desistir, perseverar, você encontrar oportunidades, baseado nas suas possibilidades, dentro do seu grupo; pensar saídas criativas para encontrar dinheiro além do tradicional de anúncio e etc. que a gente já viu que não consegue. Então, acho que isso não deixa de ser um empreendedorismo... E de inovação também.*

Acho que a gente está sempre pensando novos modelos, pensando diferentes modos de apresentar a notícia, o site está sempre moderno em relação às novas tecnologias que surgem, disponíveis. A gente mantém o site dentro de uma plataforma aberta, que é o WordPress, que a comunidade está sempre modificando e sugerindo melhorias para essa plataforma e a gente também faz parte disso. Mas também, *ainda com essas inovações, a gente poderia ir muito além se a gente tivesse mais pessoal, mais recursos.*

A gente ainda consegue fazer algumas reportagens, um nível de produção sofisticado em que a gente investe dinheiro. Porém, não é o tempo todo, a gente não tem condições de manter. Fazer essas reportagens demanda dinheiro, demanda gastos de deslocamento, de fotografia, depois tem que pagar um profissional para transformar aquilo numa linguagem web.

Para médio prazo, eu acho que *O Grito* caminha cada vez mais para ser um *hub* de projetos. Eu acho que a gente inclusive vem conversando com outras pessoas, outros produtores e oferecendo “olha, isso aqui é uma plataforma, a partir disso, a gente pode criar outros conteúdos”. Então, a gente já tem projeto de fazer eventos, a gente não sabe fazer, mas a gente precisa encontrar essas parcerias e criar. A gente produziu poucos, mas um evento de um nível... algo maior... A gente precisaria de ter uma parceria. Eu acho que a gente caminha para ser esse *hub* de projeto, *de lançar mais revistas como a Plaf, de lançar livros, de lançar vários produtos e não ficar nessa ansiedade de fazer o site ser rentável num sentido comercial, como um jornal tradicional. Isso nunca vai ser o objetivo* (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Neste papel de gestor da comunicação, ao jornalista se faz necessário *aprender a empreender*, a liderar equipes, a gerir com autonomia o seu próprio tempo de trabalho, a lidar com as finanças e com a contabilidade, a planejar em curto, médio e longo prazo a viabilidade para que aquele arranjo permaneça existindo. Em casos mais estruturados, como o do *Portal Correio Nagô*, é possível contar com profissionais especializados, a partir de contratos de trabalho.

Em relação à formalização, os arranjos apresentam diferentes perfis. O *Portal Sotero Preta* é formalizado como empresa de comunicação, o que, segundo a entrevistada, facilita a produção dos eventos/festas culturais que realiza:

A gente tem também ainda a *perspectiva de fazer produtos SoteroPreta*: camisetas, acessórios, canecas, ter a marca SoteroPreta em outros locais. *É uma marca*. O retorno que eu tenho é que é uma marca bonita, uma marca que dialoga muito com Salvador e o nome em si é um nome bonito, um nome bacana, criativo, feminino, preto. Eu tenho pensado muito nisso, tenho começado a investir nessa área de pensar produtos para o portal para venda, é uma forma de captação de recursos também. *Tenho a empresa de comunicação e eu considero o portal como um produto dessa empresa de comunicação*. Uma empresa de comunicação, assessoria, consultoria e ele é ligado a essa empresa (Jamile Menezes, *Portal SoteroPreta*, 17 de abril de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Já o arranjo *Iteia* está ligado à oscip Intercidadania. O *Portal Correio Nagô*, por sua vez, surge como arranjo jornalístico ligado à pessoa jurídica sem fins lucrativos do Instituto de Mídia Étnica (IME). A *Revista O Grito!* também não tem personalidade jurídica, tal qual a *Revista Gambiarra*, como indica Rafael Flores: “Para a gente poder prestar serviços, pegar as publicidades das instituições públicas, eu fiz um MEI. O MEI é o meu nome, mas o nome fantasia é *Revista Gambiarra*. A gente usa esse MEI desde sempre. Não chegou a formalizar como empresa, nada disso. Porque também nos basta” (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, depoimento oral).

Ao mesmo tempo em que há uma precária formalização, o entrevistado considera a *Revista Gambiarra* como *arranjo empreendedor*:

Existe uma resistência, principalmente na nossa área de comunicação, quando a gente fala de grana, de dinheiro, de desenvolvimento... existe uma certa trava nesse sentido. Quando a gente fala de empreendedorismo, a gente tem que ter um pouco de cuidado, justamente por não achar que todo mundo tem que fazer o que a gente está fazendo. “Você tem que meter as caras, você tem...”. A gente teve oportunidade, a gente é de classe média, a gente teve grana para fazer isso, teve a possibilidade de tirar a grana do próprio bolso. Então a gente acredita que isso não é uma realidade que a gente possa impor, é todo um contexto econômico, social de que a pessoa vai procurar outros caminhos.

Mas a gente foi pelo viés do empreendedorismo, isso não tenho dúvida de que foi porque a gente procurou empreender, seja na *Gambiarra*, seja na outra empresa (*MEI*) que a gente criou para puxar os clientes que queriam as nossas demandas, então isso é uma questão de empreender, nesse sentido (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, depoimento oral)

A *Revista Outros Críticos* é, dos arranjos analisados, a que possui uma estrutura mais *orgânica*, menos formalizada, como nos informa Carlos Gomes:

A gente tem chamado de um projeto de crítica cultural. Site, revista, festival, livro, são todas partes desse projeto. Formalmente, não tem CNPJ nem MEI de *Outros Críticos*. A gente tem o site, alguns endereços. No site a gente tem uma loja, qualquer pessoa do Brasil pode entrar na loja, comprar, vai receber em casa o livro. Tem a conta do PagSeguro. A coisa mais formal que tem é essa, ligada à nossa loja. Todos os projetos do Funcultura ou foram no meu

nome como proponente ou no de Fernanda (*sócia e companheira*). Geralmente os projetos ligados à livro, como Fernanda é designer e tal, fica no nome dela. Mas os outros – festival, revista, ligados a jornalismo –, ficam mais comigo. Projetos editoriais ficam com ela (Carlos Gomes, *Revista Outros Críticos*, 13 de abril de 2019, depoimento oral)

Sobre anúncios e campanhas patrocinadas em redes sociais, Paulo Floro afirma, sobre a experiência do seu arranjo:

É muito raro a gente fazer campanhas patrocinadas. Em geral, tudo da gente é muito orgânico. Uma, por questão financeira, que a gente prefere investir em contratar um *freela*; outra, porque a gente vê que, nos relatórios, o maior acesso nosso ainda é a busca... a pessoa digitando diretamente. Em segundo lugar, vem as redes sociais Twitter e Facebook. É algo que a gente se orgulha muito, a maior parte do acesso ainda é o direto, que é algo que hoje em dia é muito difícil. A gente não vê necessidade. Mas, por exemplo, lançou a Plaf, a gente colocou um pouquinho de nada numa campanha no Facebook. Mas muito pouco. E muita coisa é compartilhamento, a gente vai fazendo uma tática de ficar postando, colocando em todos os lugares, divulgando... É massa também.

[...]

O conteúdo patrocinado é uma estratégia boa, porém a gente não tem muitos recursos para fazer. Facebook é uma rede que a gente está abandonando aos poucos. Por quê? Ela está se mostrando uma rede de muito pouco retorno, um retorno orgânico que eu digo. Quem não está anunciando lá, está sendo muito penalizado em relação à distribuição, não estamos tendo um retorno como tínhamos antes. Algumas coisas furam esse fluxo, a gente faz uma grande matéria e, de repente, a gente vê com 80 mil compartilhamentos. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral)

O *Portal Iteia* também é um dos arranjos que se utilizam de diversas fontes para sustentação. Se antes o acesso a editais públicos garantia a viabilidade maior dos projetos, hoje campanhas de financiamento colaborativo e prestação de serviços na área de comunicação, especificamente, de audiovisual e cobertura de eventos, são os principais pilares de manutenção do site, do ponto de vista financeiro. É o que afirma Pedro Jatobá:

A gente acessa políticas públicas, a gente teve contribuições do Ministério da Cultura, da Petrobrás, do Instituto Oi, Futuro, da Chesf, da Fundarpe, que chegou a anunciar no Iteia. Hoje, não tem nenhuma delas. Mas a gente chegou onde chegou do ponto de vista tecnológico, de capilaridade de rede, graças a todos esses financiamentos. Tanto que no rodapé do Iteia consta todas essas marcas até hoje, a gente não tirou nenhuma delas. A gente pensa assim: não é porque a sua contribuição foi há 10 anos que não gerou um efeito que está repercutindo até hoje. É uma onda que segue vibrando até hoje. Está vibrando menos. Mas ela não deixou de vibrar.

Então, o investimento, o aporte feito pela Petrobras, na época, pelo Oi, Futuro no início de tudo são coisas que foram fundamentais. Hoje, o que a gente tem é um grupo de pessoas voluntárias, empresas parceiras, que mantêm o Iteia funcionando, no ar, e a gente está pleiteando alguns recursos, querendo lançar

uma campanha de *crowdfunding*.

Vários projetos contratam a gente, por exemplo: o Iteia fez um projeto em 2018 chamado Cultura Viva na Bahia. Ano Um ponto de cultura da Bahia aprovou esse projeto. Ele precisa de filmagem, até para a prestação de contas, fotografia, publicar na internet e divulgar nas redes. (Pedro Jatobá, *Portal Iteia*, 20 de janeiro de 2019, depoimento oral)

Sobre o acesso a fundos privados, Paulo Floro traz a ponderação entre o recebimento destes e a adequação à linha editorial do arranjo:

Com relação ao *O Grito!* nunca surgiu um volume grande suficiente (*de recurso financeiro*) que a gente tivesse a necessidade de ficar ponderando. Em geral as coisas que chegam até a gente são empresas que a gente acredita que tem muito a ver com o nosso público. A gente só iria negar se fosse uma empresa muito... totalmente desconectada do nosso público. Ou então se fosse uma empresa que claramente é contrária às questões de representatividade, que tenha uma “controversa” ligada às questões de raça... a gente não toparia fazer, porque, como a gente não é uma empresa... nossa riqueza maior é o nosso nome. A gente não vai nunca botar isso em risco, por dinheiro nenhum. Isso seria o fim do site. Porque, hoje em dia, a internet não perdoa. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral)

5.6 Estruturação e organização dos arranjos jornalísticos culturais

Encontramos, nestes arranjos, os mais diferentes formatos de estruturação e organização. Nas revistas *Gambiarra*, *O Grito!* e *Outros Críticos* as equipes trabalham de forma remota, embora *Outros Críticos* já tenha experimentado o formato e *coworking* (espaço compartilhado de trabalho) em sala no Edifício Pernambuco, no centro do Recife, conhecido espaço colaborativo de grupos de trabalho, especialmente, ligados às artes.

O *Portal Iteia* é um arranjo ligado à oscip Intercidadania, cuja sede fica no Sinspire, espaço no Recife Antigo, bairro onde ficam sediados vários escritórios ligados ao polo de tecnologia gerado na localidade a partir do Porto Digital⁵⁵.

Já a sede do *Correio Nagô* fica no bairro Dois de Julho, no centro antigo de Salvador, bairro ligado aos movimentos históricos de independência que, inclusive, dão nome ao bairro⁵⁶. Sobre o espaço do *Correio Nagô*, André Santana explica:

⁵⁵ Parque tecnológico ligado à economia criativa e negócios digitais.

⁵⁶ O nome faz referência à data 02 de julho de 1823, Dia da Independência do Brasil na Bahia, luta social liderada pelas camadas populares, como trabalhadores autônomos das ruas, negros ex-escravizados e indígenas, os pelos *caboclos*, simbolizando a resistência local frente às tropas portuguesas, que durou 17 meses. A data é feriado estadual e comemorada na região do centro antigo anualmente, com cortejo festivo em que os participantes se vestem com trajés em homenagem aos heróis locais.

Aqui é um *hub*⁵⁷ de inovação e tecnologia, então é um espaço que acolhe ideias criativas, inovadoras, não só da comunicação, mas geral. A gente tem lá embaixo o escritório colaborativo, UJAMAA, algumas organizações já foram criadas, passaram por aqui, outras seguiram, das mais diversas áreas. Na última foi um receptivo afro Matamba. Então, não estamos fechados apenas na comunicação.

Temos um espaço de tecnologia que é o Afro Hacker, que quem é mais de tecnologia. Tem umas jovens cineastas, que trabalham com animação, que fizeram o filme *Orun Ayê*. Elas vieram aqui, os bonequinhos *do Orun Ayê*, ficaram aqui nessa sala e ofereceram de contrapartida oficina de *stop motion*⁵⁸. A gente quer isso, que a casa seja utilizada pela galera que tem ideias novas, tem ideias criativas, de inovação.

Além do espaço, preciso pontuar também que tem um quarto para hóspedes, que tem proporcionado a gente receber pessoas muito interessadas nessas temáticas da mídia, do combate ao racismo. Pessoas engajadas nos movimentos sociais. Eles vêm, ficam aqui na casa, onde as contrapartidas são dialogar com o que a gente faz, oferecer alguma oficina, fazer alguma coisa. A gente já teve pessoas fantásticas, como uma ativista da Guiana, que trabalha com afroempreendedorismo, ela ficou um bom tempo aqui com a gente. Ela dava aula de inglês para a gente. Mas também fez vários eventos na área de afroempreendedorismo. Recebemos, agora no verão, um jornalista e um fotógrafo que produziram muito conteúdo a partir daqui e cobriram Noite da Beleza Negra, caminhadas culturais, Carnaval Negro, produziram conteúdo.

A gente abriu o escritório para organizações, entidades. UJAMAA, na língua *suaili*⁵⁹ quer dizer juntos, todos juntos. Tem a ver com ubuntu, eu sou porque nós somos. É um escritório cooperativo, colaborativo, que a gente abriu espaço para *startups*, que quisesse o espaço como escritório, espaço de reuniões. No início, a gente também pôde oferecer para eles algumas consultorias, na área contábil, comunicação, atenção aos negócios. No início eram dez empresas incubadas. Algumas ficaram mais, outras menos. *Mas o que a gente percebeu de fato é que o espaço físico não era a grande necessidade das empresas.* (André Santana, *Portal Correio Nagô*, 11 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

De todos os veículos de mídia independente estudados nesta tese, o *Portal Sotero Preta* é o mais recente. Datava, até a ocasião do trabalho de campo, de apenas três anos de existência. Também era o único liderado por uma mulher⁶⁰, com colaboradores eventuais.

Mas a preocupação com relações de gênero, relações étnico-raciais e orientação sexual na contratação de eventuais trabalhadores e equipes para projetos é apontada, por exemplo, em

⁵⁷ Espaço de gestão de novos projetos e empreendimentos.

⁵⁸ Técnica utilizada em animação audiovisual que usa materiais físicos em sua concepção, como bonecos modelados e desenhos. Sobre o filme *Orun Ayê*, que trata da concepção do mundo a partir da perspectiva da cultura africana *yorubá*, ver *teaser*: <https://bityli.com/zAh5A>. Acesso em: 11 abr. 2021.

⁵⁹ Língua originária da região leste de África.

⁶⁰ *Outros Críticos* e *Revista Gambiarra* foram fundadas por um homem e uma mulher, dois casais. Já a *Revista O Grito!* foi formada por três homens, que até hoje estão na equipe principal. O *Portal Correio Nagô* conta com uma equipe mista e, na ocasião da coleta de dados, com dois homens e uma mulher à frente da coordenação.

falas como a de Paulo Floro, da *Revista O Grito!*, reconhecendo que a atenção ao tema só foi apontada recentemente, a partir de 2017:

Com relação à *Plaf*⁶¹, a gente estabeleceu outros parâmetros que a gente viu necessidade, que pensamos também em trabalhar dentro do *O Grito!*, que é a questão da representação. A gente tem muito cuidado, na revista, de ter o mesmo número de mulheres e homens trabalhando, de ter uma diversidade em relação ao local onde a pessoa está e com relação a trabalhar o máximo possível com pessoas negras, *trans*. Mas isso é algo que surgiu quando a gente começou a fazer a *Plaf*.

A nº 1, a gente teve como tema principal representação LGBT, a gente queria se posicionar porque eram três editores gays – um gay e duas lésbicas – e a gente quis tratar disso. A nº 2 tratou principalmente de racismo. Tem uma entrevista com Marcelo D'Saete, que é um grande autor que pesquisa a história do povo negro no Brasil.

Na *Plaf 2*, a gente trabalhou com pessoal do Ceará, Piauí, Pernambuco, São Paulo, Curitiba. A gente tenta dar essa diversidade. Têm muitas coisas no site que, como ele já tem muito tempo, surgem certas necessidades dentro de um projeto, aí a gente viu que deu certo e leva para o site principal... A questão das empresas, se trabalham ou não dentro do Subúrbia e, com relação à *Plaf*, isso dessa diversidade... Isso é algo pensado de fato. No *O Grito!*, às vezes surge natural. Mas, na *Plaf* foi uma coisa, algo pré-determinado, a gente fica bem com esse cuidado. Até na capa, a gente pensa isso. Primeiro foi uma mulher quadrinista, agora vai ser um homem. A gente está sempre pensando nisso. Eu acho que super cabe dentro do *O Grito!* essa mesma proposta. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Sobre as condições de produção do trabalho jornalístico em seu arranjo, Jamile Menezes define:

É *home office*, *work office*, *ônibus office*... é tudo. É um portal que tem uma plataforma muito flexível, então eu consigo editar ele pelo celular, em casa, de madrugada, de noite, no tempo que eu tenho, entre uma tarefa e outra no trabalho eu publico, eu recebo muitas sugestões de pauta. A gente recebe cerca de 20 a 30 sugestões de pauta via e-mail por dia. Então, juntando *Whatsapp*, deve receber umas 50 sugestões de pauta por dia. E eu achava, no início não ia ter conteúdo para manter um portal atualizado, tinha essa dúvida no início se deveria fazer um portal ou um blog, E isso é produção. E eu achava que não ia ter esse conteúdo. Mas uma vez que eu botei na rua, me surpreendeu positivamente e, muito pelo contrário, dá é muito trabalho, tem muita coisa, eu não consigo dar conta do que chega (Jamil Menezes, *Portal Soteropreta*, 17 de abril de 2019, depoimento oral)

O *Iteia* é, dos arranjos estudados, o que conta com uma estrutura mais complexa de compreensão das formas de trabalho, até mesmo pela sua natureza de portal colaborativo. Grosso modo, são dois gestores de conteúdo — um no Recife e o outro atualmente morando na Bahia — suporte técnico e colaboradores voluntários que publicam os conteúdos, visto que o

⁶¹ Projeto de revista impressa da *Revista O Grito!*, que aborda, em quadrinhos, diversas temáticas culturais e das artes e que conta com outras experimentações em formatos e linguagens.

portal funciona como um repositório de notícias, eventos e produções culturais de todo o Brasil:

A gente tem uma equipe fixa de gestão, a gente tem uma equipe técnica de suporte ao servidor, a gente tem uma equipe de colaboradores voluntários que sobem conteúdos, que publicam, que reportam *bugs*, que compartilham em redes sociais, que promovem eventos parceiros da rede. A gente diretamente teria umas cinco, seis pessoas envolvidas, que trabalham na gestão e nessa parte técnica. E, indiretamente, os colaboradores, mais de mil coletivos culturais cadastrados, mais de dois mil autores cadastrados.

Desses, em torno de 30%, 40% são pontos de cultura, outros são coletivos que nunca participaram do Cultura Viva e se cadastraram lá. Tem sociólogo, tem pessoas formadas em arte-mídia, pessoas formadas em computação, administradores, pessoas da área de ciências contábeis, porque envolve pagamento de domínio, renovação de servidor. Os custos da gente, basicamente, são servidor e domínio e alguns gastos de pessoal. A gente tem uma rede de parceiros que amortiza parte desses pagamentos, uma equipe de desenvolvimento que fica em Alagoas. Eu estou viajando amanhã para Maceió para participar do *Mind Talk*, que é o maior evento de inovação e tecnologia promovido pela Secretaria de Tecnologia de Alagoas. (Pedro Jatobá, *Portal Iteia*, 20 de janeiro de 2019, depoimento oral)

Ainda sobre a organização das equipes de trabalho, o *Portal Correio Nagô* é, dos arranjos estudados, o que apresenta uma estrutura mais ampla, desde estagiários até voluntários, passando pela coordenação, recursos humanos e mobilização, além de contador e consultor-gestor:

Hoje, a gente tem três diretores. Ilka e Paulo Rogério são hoje conselheiros do instituto, eles não estão mais no dia a dia do instituto. Então ficamos três diretores. Eu sou diretor de comunicação e a minha demanda é a mais importante, é o *Correio Nagô* que está dentro da área da comunicação. Sou responsável, o editor do *Correio Nagô*, também por ser jornalista. Tem o diretor administrativo, que é Rosalvo Neto, que além de cuidar dessa parte de finanças, da casa, dessas questões administrativas, ele também é responsável pela TV Correio Nagô. Ele tem formação em cinema. Então é responsável pela área audiovisual, equipamentos, produções e conteúdos. A TV Correio Nagô é um canal nosso no *YouTube*. E Luciane Neves é diretora executiva. Ela é a chefe. Ela é publicitária e está com a gente desde muito tempo, logo nos anos iniciais do instituto... e se tornou a nossa diretora executiva.

Todos moram aqui em Salvador. Esses três diretores. Mas existem outras pessoas na casa. Temos uma pessoa que é Jaguaraci Aragão, ela é formada em Recursos Humanos e é estudante de Filosofia, na UFBA. E ela contribui muito, muitas questões, mas especialmente em produção. Ela faz trabalho na produção e nas organizações da casa, nos eventos que têm aqui, nas agendas nossas, ajudando no *Correio Nagô*, na TV Correio Nagô. Temos uma mobilizadora, que é Hellen Nzinga, que chegou aqui muito jovem, era estudante ainda, se formou em publicidade. Hoje é uma mobilizadora, é responsável pelo projeto Mídia Étnica Lab. Foi uma das articuladoras do UJAMAA, escritório colaborativo, e hoje ela está no Mídia Étnica Lab. Temos Sérgio Sacramento, que é cinegrafista e editor da TV Correio Nagô.

Na TV Correio Nagô tem dois estagiários e mais uma apresentadora. A TV

tem um programa de webtv, que é o *AfroFeed*. E no *Correio Nagô* a gente tem dois estagiários também, um de jornalismo e um de design. Até o mês passado, a gente tinha jornalista, Dominique Azevedo, que estava à frente da edição do *Correio Nagô*. Ela ficou aqui durante dois anos. A formação foi essa, uma jornalista, que era ela, dois estagiários e eu como o responsável, dialogando com o grupo e tal. Com a saída dela, a gente está rediscutindo como vai ficar o formato, se vai colocar outra jornalista no lugar dela, se eu vou acumular... Por enquanto, eu estou fazendo isso, mas a gente está discutindo ainda, porque foi recente que ela nos deixou.

A gente tem pouca gente voluntária, pouco trabalho voluntário. Já tivemos muito durante muitos anos. Mas nos últimos cinco anos, desde essa sede aqui, a gente passou a ter contratos de trabalho, a partir dos projetos. A gente tem projetos, por exemplo, o Mídia Étnica Lab e dentro desse projeto está previsto uma contratação de uma mobilizadora, então seis meses, um ano. *Correio Nagô* um outro projeto, a gente tem contrato de um estagiário por seis meses, renovado mais seis. A gente tem feito assim. *Temos ajuda fundamental de um contador, que tem ajudado muito a gente. Ele ajudou muito a gente, porque ficamos muito tempo tentando resolver a gente mesmo. Mas todo mundo da área da comunicação tendo que resolver documento.* (André Santana, *Portal Correio Nagô*, 11 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Enquanto elencam os desafios de manter tais arranjos vivos, os depoimentos dos entrevistados revelam também as alegrias de se sentir parte, de *pertença* a uma comunidade, e a satisfação de *criar*. É o que nos diz Rafael Flores, da *Revista Gambiarra*:

É isso o que motiva. Também quando alguém lembra da gente para cobrir alguma pauta... isso já é muito massa, já fico super feliz. E vou correndo, porque isso significa que a gente tem o mínimo de importância, ali, naquele contexto, para aquela pessoa que está chamando a gente para a pauta. E não são poucas as pessoas que fazem isso. Às vezes, a gente apaga isso da memória. Mas é que motiva, não tem outra motivação. Acho que na época da fundação, o que motivou foi esse lance mesmo.

O bom é ter onde estar atuando, criar o nosso próprio meio de atuação. Eu nunca tive uma carteira assinada. E, sempre, tudo o que eu conquisei, foi por meio da *Gambiarra*, por meio do *Rebuceté*. Tudo o que eu construí, hoje, tem tudo a ver com isso aqui. E aí *acho que é isso que motiva a gente também: a busca por fazer uma coisa diferente*, é de atuar nesse meio, nesse pequeno caos de Vitória da Conquista e do Brasil, que acaba sendo a realidade de muita gente. (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

No equilíbrio entre a sobrevivência (o feijão) e fazer o que se gosta (o sonho), o jornalismo cultural, proporcionado pelo trabalho no arranjo, é o que proporciona o “componente felicidade” nas vidas desses jornalistas, como é dito por Paulo Floro a seguir:

Para a gente, que é profissional, isso aqui é nosso! Dá trabalho, mas a gente se alegra, é um componente da nossa felicidade, o site se manter no ar, ser bem reconhecido. A gente não ganha dinheiro, mas, para a gente, é importante. É algo que nos motiva, até enquanto profissional. A gente espera que continue no ar durante muito tempo e que esses projetos deem certo. *Quem sabe, a*

longo prazo, a gente não seja uma produtora, com uma cartela de projetos que ajudem a gente a se manter. A gente sabe que tem produtoras que conseguem manter durante muitos anos o mesmo projeto. Isso é algo incrível!

[...]

Eu admiro produtoras como o Rec-beat que faz há 25 anos um festival à guisa de milhões de problemas, de dificuldades, mas todo ano está lá. A gente se enxerga muito nesses produtores daqui que *são muito aguerridos, muito resistentes, de nunca desistirem, se manterem vivos*. A gente quer seguir a mesma parada. Nesses dez anos, o site teve muitos problemas. *Tem esses altos e baixos, mas a gente estava o tempo inteiro lá. É resistir*. Os convites para cobrir festivais fora do Recife, isso é uma prova de que a gente está sendo visto e reconhecido. *É uma coisa muito de resistência mesmo*. Até que isso a longo prazo se solidifique... eu acho que é necessário, ainda, mais perseverança, *sobretudo nesse momento que está tudo muito em transformação*. Não só a questão econômica, quanto social. A gente não sabe o que vai acontecer daqui para frente, mas está lá! Vamos ver o que vai acontecer. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral)

6 NOVOS MODOS DE FAZER JORNALISMO: COLABORATIVO E EM REDE

6.1 Comunicação em tempos de redes

Ao discutir sobre os processos de mobilização social da chamada Primavera Árabe que, em 2011, resultaram na ruptura de regimes autoritários em países do Oriente como o Egito e a Tunísia, Castells (2011) explica que tais processos, embora tenham adquirido força ao serem organizados via redes sociais virtuais, não seriam legitimados se não tivessem ganhado as ruas. Só a sociedade mobilizada e organizada em redes materiais poderia garantir uma participação política eficiente, capaz de produzir mudanças reais (CASTELLS, 2011).

Todos os arranjos aqui estudados já nasceram em tempos de meios digitais, no contexto da internet. Emergiram, em sua maioria, há pelo menos dez anos, no primeiro decênio do século 21. Recuperando a fala de Caribé (2019), surgem em meio ao recrudescimento das primeiras redes sociais — que aqui seriam os *chats*, as salas de discussão, os fóruns de internet, os grupos de e-mails.

Mas, se os arranjos jornalísticos expressam suas visões de mundo, produzem esse conteúdo e o escoam a partir da web, estes não surgem *na* internet. Antes, havia o movimento social que proporcionou a criação da *Revista Gambiarra* e o *Portal Correio Nagô*; havia o movimento negro organizado e os já expressivos canais *de mídia étnica* para propiciar o aparecimento do *Portal Sotero Preta*; havia os movimentos de democratização da comunicação, que geraram as condições para o surgimento da *Revista Gambiarra*, no interior da Bahia; havia a efervescência de projetos universitários, que abriu caminhos para a *Revista O Grito!*.

André Santana, do *Portal Correio Nagô*, recupera o início do arranjo da seguinte forma:

Paulo Rogério, um dos fundadores, foi à Alemanha em 2004 ou 2005 e viu que havia outros movimentos lá e nos EUA com uma longa tradição de mídia étnica, de mídia negra. Mas aí ele falou: “se na Alemanha, onde os negros são muito poucos, tem um movimento de comunicação étnica, como é que no Brasil, que somos a maioria, não vamos ter?”. Aí ele criou esse grupo na internet e chegou a ter mais de mil pessoas do Brasil todo trocando informação. Em 2005, ele falou: “pelo menos em Salvador a gente tem que fazer um encontro presencial”, que foi o embrião do Instituto Mídia Étnica. Ele dizia “nós nascemos na internet, somos frutos desse meio digital”, porque *o primeiro embrião nosso foi o grupo de e-mails*. (André Santana, *Portal Correio Nagô*, 11 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

De lá para cá, André começou a perceber a importância de se tecer e manter as redes e

parcerias, em especial, ao se propor uma comunidade de comunicação voltada para debater, propor e produzir conteúdo jornalístico com ênfase nas questões étnico-raciais, a chamada *mídia étnica*, como é relatado nos trechos a seguir:

A gente têm voluntários, uma rede de colunistas que escrevem sobre os mais diversos temas. Tem uma galera de Literatura, uma galera de Direito. Agora a gente acabou de ter o mais novo, o Anderson, ele apresentou a proposta de escrever sobre o universo *nerd*⁶² e a questão racial. Como nós negros dialogamos com esse universo de HQs⁶³, *cosplay*⁶⁴, *geeks*⁶⁵, que nos interessa muito, porque a gente vem fazendo uma discussão há dois anos sobre *afrofuturismo*⁶⁶ e essa galera entra com força nessa parte.

Temos umas coisas muito interessantes. Tem um jovem que escreve sobre a comunidade LGBT e racismo, que é bem interessante. Ele é do Afrobapho⁶⁷, então ele fala sobre essa temática. Tem uma pesquisadora sobre literatura negra que faz muito conteúdo relevante para o *Correio Nagô*. Temos uma parceria muito boa com as organizações do movimento negro, são parceiros nossos. Os blocos afro⁶⁸, a Steve Biko talvez seja o parceiro mais frequente que a gente tem, porque Paulo Rogério, Luciane Reis são egressos da Steve Biko, foram formados lá. Com a Rede Nordeste de Comunicadores, como recentemente, a Steve Biko tem um projeto chamado *Ogum Tech*, que é para ensinar tecnologia. E a gente foi lá e fez a formação, os meninos saíram construindo robô. Os blocos afro Muzenza, Ilê Aiyê, Olodum. Desabafo Social, de Monique Evelle, e com os grupos jovens de comunicação, CMA Hip Hop, *Sotero Preta*, de Jamile Menezes, Bahia 1798 de Pedro Caribé, *Revista Afirmativa* de Alane Reis... a gente faz um trabalho bacana com todos eles. *A gente percebeu que o mais importante era a rede criada, a rede de articulação*, divulgação nos nossos portais, cursos de formação, todos os cursos que a gente faz aqui na casa esses empreendedores vêm e participam, pedem temas específicos. (André Santana, *Portal Correio Nagô*, 11 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Ainda no campo das parcerias, a *Revista O Grito!* se considera um arranjo local, mas com abrangência nacional. Também já chegou a desenvolver coberturas jornalísticas internacionais. Sobre essas parcerias locais, nacionais e internacionais, Paulo Floro nos diz:

De parcerias locais, a gente estabeleceu relações com sites, blogs, parceiros. Mas nenhuma ligada a uma mídia tradicional. *É mais uma relação de amizade, de cooperação*. A gente foi para São Paulo fazer um lançamento lá de algum aniversário do site e a gente necessitava de um parceiro lá, para produzir os shows. Aí, a gente fez uma parceria com um site, foi o site Moove, e aí a gente faz essas parcerias, assim. Mas a gente tem parcerias ligadas não aos jornais, mas, por exemplo, a gente tem parceria com o Consulado da França... *essas*

⁶² Termo que se refere a alguém muito estudioso e aficionado por ciência e tecnologia.

⁶³ História em Quadrinhos.

⁶⁴ Termo ligado à cultura pop que se refere a fazer *performances* e imitações de artistas a grupos musicais.

⁶⁵ Termo que se refere à aficionados pelo universo da cultura pop.

⁶⁶ Movimento estético, artístico e filosófico que une tecnologia e ancestralidade e, sobretudo, traz a presença de elementos da cultura negra para universos distópicos, ficção científica, HQs e arte em geral.

⁶⁷ Coletivo negro de Salvador que realiza festas com *performances* artísticas, música e outras referências ligadas à identidade negra.

⁶⁸ Blocos do Carnaval de Salvador ligados à identidade étnico-racial.

outras parcerias a gente estabelece para fortalecimento da marca. O Consulado da França, Institut de France, tanto na Plaf⁶⁹ quanto no O Grito!

A gente foi, ano passado, cobrir o Festival de Angoulême, na França. Eles financiaram nossa ida para lá e a gente fez uma cobertura bem extensa. A gente está com um projeto, junto com o Consulado da França, que é a produção de uma HQ inédita, baseada numa residência artística de um artista local, aqui de Pernambuco, com um artista lá da França, de Nantes. Eles vão fazer uma residência de dez dias em Nantes e produzir juntos uma HQ, mostrando uma relação da França com o Brasil, para comemorar o 14 de julho (comemoração da Revolução Francesa). Vai ficar como *O Grito!* e o Consulado da França apresentam, aí vai ser colocado online, no nosso site. Também vai ter um lançamento local.

Tem as parcerias com os festivais. A gente faz parcerias com universidades, já fizemos com a Católica, agora vamos tentar FG. Quando fazemos algum evento ao vivo – a gente fez recentemente um projeto chamado O Grito! Apresenta, com bandas – a gente conta com a parceria de algumas universidades, de alguns grupos para divulgar. Tem parceria com a Cepe, a editora, com a Rádio Universitária FM, foi parceira do nosso projeto O Grito! FM e estamos quase iniciando uma parceria com a Rádio Paulo Freire. A gente vai estabelecendo essas parcerias, ainda que não sejam financeiras, mas são de grupos que a gente acredita muito, que a gente admira, gosta de trabalhar e são grupos que a gente acha que o nosso público também se relaciona bem... para a gente, é massa! (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral)

Outra parceria destacada pelo arranjo é com o audiovisual, a partir da MTV:

A gente sempre tem essa abrangência (*nacional*). Ainda que o foco nosso seja, em primeiro lugar, Pernambuco, e depois o resto do Brasil. Tanto que, quem acessa o site de fora, sabe que a gente é muito ligado a Pernambuco e a gente acha isso maravilhoso. Porque é algo que dá um diferencial nosso. A gente cobre cultura pop, mas todo mundo sabe que a gente dá muito espaço a Pernambuco. A gente teve uma parceria durante alguns anos com a MTV. Não a MTV essa de agora, mas quando ela era da Abril. Era massa, era muito legal essa parceria com a MTV.

A gente ainda ficou um tempinho depois que a MTV foi vendida, ela ficou na Viacom. Vendida não, ela foi recuperada para a empresa dela original, que é a Viacom. Ela era subsidiária da Abril, mas a Abril... faliu não, mas perdeu a MTV. Na época que a gente era parceiro da MTV – isso foi antes do *NE10/UOL*⁷⁰ –, a gente passou uns três anos e eles reconheciam muito a gente como uma voz importante de Pernambuco. Então era muito comum a gente trocar ideias: “olha, o que é que está rolando aí de bandas?”, que era a época do VMB, a gente chegou a ser jurado do VMB para escolher as bandas... Volta e meia, eles: “olha, que banda é essa que está rolando aí?”. Com a MTV, a gente percebeu que realmente as pessoas nos veem como algo muito ligado a Pernambuco, então vamos dar um foco aos artistas daqui (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral)

⁶⁹ A *Revista Plaf* é aqui entendida como um produto desenvolvido a partir do arranjo, mas com lógicas próprias de comercialização e circulação.

⁷⁰ Outra parceria elencada pelo arranjo.

Ainda sobre a experiência da *Revista O Grito!*, Paulo Floro elenca a relação mais estreita que o veículo manteve com uma mídia tradicional local, enquanto as parcerias com os veículos independentes são mais escassas, raras ou inexistentes:

A gente tem uma relação muito forte com outros veículos independentes que cobrem o mesmo que a gente. A gente tem uma relação de amizade, de cooperação. Aqui em Pernambuco, a gente está sempre em contato com quem trabalha também os mesmos assuntos que a gente. Com relação ao jornalismo tradicional, a gente também mantém uma boa relação. A gente foi parceiro do portal NE10 durante muito tempo. Eu trabalhava lá, a gente viu que tinha a ver. *Eles não interferiram em nada no nosso produto editorial*. Ainda que, por exemplo, eles tinham um posicionamento político em determinados assuntos e a gente tinha outro, e isso nunca interferiu na parceria. A gente chegou a ser parceiro do UOL, junto com o NE10. Mas quando foi em final de 2016, estava um período tão estranho no Brasil... A gente disse “*vamos ser independentes de fato, vamos nos desligar completamente de qualquer veículo, qualquer grupo de mídia, e vamos voltar para a independência 100%*” (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Sobre as articulações entre os próprios veículos locais de mídia independente, Rafael Flores, da *Revista Gambiarra*, afirma o mesmo que já havia sido identificado na fala de Caribé (2019), sobre uma certa desmobilização, reflexo dos tempos atuais. Segundo Flores:

A Conferência da Juventude de Brasília foi a última conferência, também, que ajudaram a fortalecer esses laços da mídia independente. Nesse encontro, chegou a ser formado um grupo maior... Nós por Nós, que durou um tempo e tal, tinha esse compartilhamento de material. E coincidentemente foi a fase mais produtiva da Gambiarra, justamente por estar em contato com a galera que estava produzindo, esse material estava sempre circulando. Para mim, observando com certa frieza, foi a melhor fase produtiva da gente, *justamente, porque a gente tinha essas possibilidades de conhecer essas iniciativas, não só as iniciativas do Sul e Sudeste, que bombararam em 2013 e tiveram mais visibilidade, mas essas mídias do interior do Brasil, mídias indígenas, do movimento negro. Isso foi muito importante para a formação da gente*.

Atualmente, o movimento está meio disperso, mas acho que isso está acontecendo no país todo. No entanto, a gente sempre primou por atuar em rede. A gente chegou a formar uma rede de veículos baianos que era formada pela Revista Gambiarra, a Revista Afirmativa... era uma rede do Nordeste... a Revista Rever, de Aracaju, e a Revista Berro, do Ceará. A gente chegou a atuar juntos, fazendo pautas juntos, compartilhando conteúdo. Isso funcionou muito bem, durante um tempo, mas aí alguns desses foram se desfazendo, a gente foi se desmobilizando. Era Compartilha Mídia Independente. Isso foi graças também ao Encontro de Mídia Independente que aconteceu no Rio, em 2000... não vou lembrar exatamente quando foi. (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

6.2 Comunidades de jornalistas

Tais parcerias trazidas pelos arranjos — sejam com outros veículos midiáticos, escolas, universidades, ou mesmo mais diretamente com a comunidade (caso que observamos em Vitória da Conquista) — podem se configurar enquanto relações comunitárias em rede. Castells (2000, p. 444) explica que “tanto as comunidades de grupo quanto as comunidades pessoais funcionam tanto on-line quanto off-line. As comunidades substituem as redes sociais, com as comunidades locais sendo uma das muitas opções possíveis para a criação e a manutenção de redes sociais, e a Internet oferece mais uma dessas alternativas”.

Para este autor, o comportamento da sociedade contemporânea nos moldes das redes se caracteriza de tal forma que “a presença na rede ou a ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes cruciais de dominação e transformação de nossa sociedade”. (CASTELLS, 2000, p. 565). Ainda para ele, “essa base material construída em redes define os processos sociais predominantes, consequentemente dando forma à própria estrutura social”. (CASTELLS, 2000, p. 567).

Ainda segundo o mesmo autor (2000, p. 460-461), o que vai caracterizar o sistema de comunicação em rede é a inclusão das mais variadas expressões culturais, pois “é precisamente devido a sua diversificação, multimodalidade e versatilidade que o novo sistema de comunicação é capaz de abarcar e integrar todas as formas de expressão, bem como a diversidade de interesses, valores e imaginações, inclusive a expressão de conflitos sociais”.

Nesse sentido, o *Portal Correio Nagô* descreve as suas articulações a partir dos territórios baianos, dentre outros territórios da região Nordeste, além de outras ramificações até para outros países, a partir da relação com a mídia étnica. Trata-se, de fato, de um mercado de trocas, escambos, contribuições, a partir do campo comunicacional, sem perder de vista as questões identitárias (HALL, 2013):

A gente produz conteúdo dessas diásporas negras. Mas a gente está em Salvador e aqui é uma terra forte nessa temática negra, nesses conteúdos, então a gente fala muito de Salvador... da Bahia, mas é muito Salvador, Recôncavo... Mas a gente não está fechado a isso. A gente tem muito interesse pelo Nordeste. Alguns anos atrás a gente apresentou um projeto na Kellogg's ou Ford... da Rede de Comunicadores do Nordeste, do Correio Nagô. Então a gente conseguiu um estagiário em cada estado do Nordeste. A gente tinha nove estagiários produzindo conteúdos para o Correio Nagô. Eles vieram para Salvador, fizeram formação aqui, em parceria com o Instituto Steve Biko, a Biko que já tem uma longa experiência na área de consciência negra, de formação nessa área, e eles fizeram essa parte e nós fizemos a parte de comunicação para esses nove jovens. E depois eles voltaram para os seus

estados e, durante um ano, produziram conteúdo para o Correio Nagô.

A gente foi descobrir que tinha um fluxo muito grande de africanos que iam tanto para o Rio Grande do Norte como para o Ceará, com comércio, compravam e vendiam. A gente está aqui na Bahia, fala muito da África, mas a gente não tem esse trânsito tanto com a África. E Fortaleza tem uma galera do Benin, por exemplo, forte. E em Natal tem esse pessoal de Cabo Verde. Recife, com o maracatu e com a religiosidade, que ao mesmo tempo parece muito próximo com a nossa cultura. Foram muitas descobertas bacanas que a gente fez no Nordeste. (André Santana, *Portal Correio Nagô*, 11 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Jamile Menezes, do *Portal SoteroPreta*, traz em seu discurso a cultura de compartilhamento entre os próprios grupos midiáticos de cunho identitário, sobretudo, a chamada mídia étnica:

A gente faz parcerias com alguns projetos. Parceria de divulgação. Alguns projetos que não têm release, não tem a parte da comunicação. A gente entra como parceiro, faz o release, divulga e eles divulgam também para outros lugares, a gente compartilha. A gente tem esse tipo de parceria. E, hoje, a renda que tem no portal é uma renda de publicidade, publicidade do Governo do Estado, publicidade de alguns empreendedores negros também e eu vejo um pouco mais fortalecer essa linha mesmo de fomentar a publicidade entre os empreendedores, bem abaixo do mercado. *Mas que eles pensem também nessa outra possibilidade de não só aparecer num jornal, como também investir em publicidade em veículos negros que existem na cidade.*

Passamos a compartilhar conteúdos de outros sites por conta de alguns encontros que nós vamos tendo, de comunicólogos negros daqui de Salvador. A gente tem um grupo só de comunicólogos negros aqui e, aí, como depois do SoteroPreta vêm surgindo outros veículos nessa linha ou outras linhas, então a gente vem falando muito disso da gente se compartilhar. Da gente fazer um conteúdo de outra pessoa, de outro portal, girar... e a gente fazer essa rede mesmo, cada um produz, um vai lá pega e vai, bota o crédito de onde viu. Meio como o Portal Geledés⁷¹ faz. (Jamile Menezes, *Portal SoteroPreta*, 17 de abril de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

É necessário que essas ações em rede perpassem o simbólico e se conectem ao cotidiano, pois “as ações das redes sociais de cunho comunitário não se esgotam no ambiente do ciberespaço. Elas advêm de uma prática na realidade concreta e a ela retornam. É a partir dela que se forma a partilha, a troca de conhecimentos e a confluência de interesses comuns” (PERUZZO, 2002, p. 12).

Ainda segundo a autora (2002, p. 10):

[...] entre os vários tipos de movimentos sociais, aqueles que desenvolvem uma práxis comunitária, tais como os que participam do desenvolvimento local [...], tem como metas principais, em última instância, o acesso a bens e serviços coletivos que lhes garantam melhores condições de existência e

⁷¹ O *Portal Geledés* — Instituto da Mulher Negra realiza cursos, palestras e formações ligados a gênero e etnia e, em seu braço digital, o portal agrega vários conteúdos jornalísticos de outros sites sobre essas temáticas.

participação política na feitura de políticas públicas no campo social e da própria sociedade.

Sobre o perfil regional/territorial da *Revista Gambiarra*, por exemplo, é dito, no discurso do seu fundador, que:

A gente conseguia chegar num público que estava além desse território. Embora a gente, o nosso foco seja Vitória da Conquista, seja a região sudoeste, o interior da Bahia, a gente está sempre dialogando também com Feira de Santana, com Jequié, Poções, que é bem perto daqui. A Bahia é muito grande, muito grande. E, assim, a gente consegue também dialogar com esse interior. A gente trazia ao mesmo tempo pautas mais abrangentes. Como Conquista é uma cidade que circula muita banda, muito palestrante, muita gente que vem aqui participar de algum evento, então a gente levava essas pessoas para o estúdio e isso fazia com que pessoas do Brasil inteiro acompanhassem.

Essa época foi que a gente conseguiu abranger mais pessoas, nesse sentido de território. A gente também já teve uma edição de uma revista impressa... Foi no primeiro ano da *Revista Gambiarra*, nós fizemos a comemoração, lançando uma revista impressa. Essa revista circulou gratuitamente. Isso acabou sendo uma prática nossa. Todo aniversário a gente pensa em alguma ação, brincadeira para levantar fundos. A gente fez a revista, que foi uma ação, a revista foi gratuita, quando a gente teve apoio da Prefeitura na época. No ano seguinte, a gente teve o festival com o nome da *Gambiarra*, com bandas independentes daqui. No terceiro ano a gente fez uma festa e, no quarto ano, a gente inaugurou o bloco. No quinto ano, o bloco criou uma independência e a gente repetiu.

A *Gambiarra*, desde o seu nascimento é um veículo local, com intenção de regionalizar. A gente sempre primou por dar essa visão do interior. Isso sempre foi uma preocupação nossa e até pelas relações que a gente já tem naturalmente aqui na cidade. Basicamente, todos os colaboradores foram ou daqui ou do interior. No máximo, alguns de Salvador, mas isso foi muito rápido. Realmente, não lembro de ninguém de Salvador... A *Gambiarra* é regional, as nossas pautas foram sempre voltadas para Vitória da Conquista, por mais que a gente tente ter essa preocupação de tentar nacionalizar ou tornar mais visíveis as pautas daqui. Essa sempre foi a nossa preocupação: de tornar mais importantes as coisas que acontecem aqui, para o estado, *por isso que é importante essa relação da gente de rede com outros veículos*. (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Paulo Floro reflete, também, sobre a necessidade dos jornalistas — sejam independentes ou ligados a veículos tradicionais — compreenderem-se enquanto *comunidade*:

Eu acho que o jornalismo independente, infelizmente, não tem como ocupar esse espaço desses profissionais que saem desses jornais. Mas seria ótimo se mais veículos independentes surgissem em Recife, acho que a comunicação ficaria bem mais fortalecida. A gente ainda tem muito pouco, comparado com uma cidade tão grande como essa... a gente só ter três jornais noticiosos e pouco jornal independente, site independente para a enormidade dessa cidade e os assuntos... é muito pouco. Seria maravilhoso se tivesse mais e ficasse *essa comunidade toda de jornalistas ligados à mídia tradicional, à mídia independente... todo mundo trabalhando junto*. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

6.3 A dimensão inovadora e experimentadora dos arranjos

Também no contexto de mídia independente em municípios no interior, a *Revista Gambiarra* se reconhece na categoria *inovador*, como declara Rafael Flores:

Nosso trabalho é inovador... do contexto da cidade do interior. É inovador, justamente porque não tem um comparativo. *Quando a gente chega em um ambiente em que só tem a gente fazendo, então é inovação.* Por mais que não seja inovação tecnológica, acaba sendo... somos o primeiro veículo local que criou uma conta no Instagram... veículo mesmo, até antes da própria TV, dos blogs... Além da inovação nos formatos que a gente propõe. (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Já para Jamile Menezes, o critério da inovação está no conteúdo que é publicado no *Portal SoteroPreta*:

Eu acho que o que a gente faz é inovador a partir do momento que ele é exclusivo. E ele traz essas características, traz essa flexibilidade, essa abertura de produção de conteúdo que eu acho que talvez seja o maior diferencial e o maior trunfo do portal. Tem gente de outros estados que produz conteúdo para o portal, às vezes. Alguma coisa relacionada à Bahia, a Salvador especificamente. Eu já tive gente de Sergipe, Minas Gerais, Rio Grande do Sul. São pessoas negras, tem esse critério. Artigos produções de pessoas negras falando sobre algum aspecto de alguma cultura aqui na Bahia. Quando é essa contribuição de fora, eu consigo até ampliar um pouco mais, se for Bahia... não ser só Salvador... Todo mundo acha que eu tenho que expandir para a Bahia, também acho, mas não dá. Mal cubro a Região Metropolitana. E na Região Metropolitana eu não tenho um alcance muito bom como eu tenho em Salvador, porque eu não faço muita ação. Mas chega conteúdo.

Então, acho que a nossa ótica, quando a gente reproduz uma matéria, quando a gente escreve, quando a gente busca uma pauta, quando a gente produz alguma coisa, é muito diferenciada quando vem de uma outra mídia quando não é feita por uma pessoa da comunidade negra. Desde a escrita, a escolha de uma foto, a escolha de uma pauta, a forma como aborda, tudo isso é muito diferenciado. E eu tento fazer o portal não tão fechado, quadrado, dentro da ética do *jornalismozinho*, com seus *lideszinhos* perfeitos, aquelas coisas quadradas (Jamile Menezes, *Portal SoteroPreta*, 17 de abril de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Na cultura de compartilhamento, a licença *creative commons* aparece de forma ampla nos discursos dos arranjos como uma possibilidade de partilhar entre si os conteúdos produzidos, como no discurso de Paulo Floro:

Acho que, agora, mais do que nunca, o jornalismo independente precisa se fortalecer. Você só se fortalece com essa transparência, com esse posicionamento forte. E com relação à distribuição, o site, antigamente, durante muitos anos, foi colocado em *creative commons*. Isso não é uma crítica ao *creative commons*, eu acho ele maravilhoso, porém a gente retirou essa licença. Mas a gente permite, praticamente 100% das vezes, qualquer

pedido de distribuição do nosso conteúdo. A gente recebe muito pedido de editoras para livros didáticos, muito material de apostila para falar de crítica... a gente permite... tudo o que chega por e-mail a gente dá o OK.

A gente só pede que cite a fonte, a gente deixa tudo no e-mail registrado. A gente teve algumas experiências não muito boas de distribuição do nosso conteúdo sem citar. A gente já viu até conteúdo impresso com material nosso e sem citar. Ou, então, citava assim “via *Revista O Grito*”, não botava link, nada. E isso é totalmente em desacordo às licenças do *creative commons*. Mas a gente é bem permissivo com relação à distribuição do nosso conteúdo, a gente super permite. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral)

Ainda sobre esse tipo de licença, Pedro Jatobá, do *Portal Iteia*, explica a experiência do portal:

Eu conheço inúmeros sites que discursam sobre *software livre*, só que impõem uma licença no seu rodapé “é livre, mas é livre desse jeito aqui, a gente acha que tem que ser livre desse jeito aqui”. E aí é uma liberdade de rodapé. Então a gente tem a liberdade... O usuário no *Iteia* tem a liberdade de botar a licença mais liberal possível e aí sua obra ser baixada e compartilhada. Obras derivadas serem criadas, pessoas poderem fazer dinheiro e tirar geração de renda a partir de uma obra sua, só te dando o crédito. Tudo isso o *Iteia* possibilita.

Então, são combinações de licenças *creative commons*. A gente tem ali as opções de liberar esses conteúdos. Como as mais restritivas. Você pode meter o *copyright* até o botão de *download* some. Só pode ver, não pode baixar. Então a pessoa está liberando porque ela quer liberar, não é porque o sistema não permite ela não liberar. Porque se ela quiser dá um passo para trás e proibir, o sistema vai proibir. Há conteúdos maravilhosos da Casa de Samba de Roda, de Santo Amaro, uma de rádio, queria muito passar isso em rádios comunitárias, mas os caras subiram o *copyright* e eu não posso nem baixar. Só está lá no *Iteia* (Pedro Jatobá, *Portal Iteia*, 20 de janeiro de 2019, depoimento oral)

Já a *Revista Outros Críticos* tem um entendimento mais aberto sobre esse tipo de licenciamento para compartilhamento de seus conteúdos. É o que afirma Carlos Gomes:

No início, a gente tinha até botado a licença do *creative Commons*, mas depois a gente achou que não precisava colocar a licença. Sempre que entram em contato, a gente faz o seguinte: quando o autor escreve, a gente sempre diz “a gente vai publicar na revista, mas o texto é seu, você pode publicar em qualquer lugar, a qualquer momento”. A gente só pede aquele cuidado de citar a fonte, “originalmente publicado na revista, no livro”. Mas nunca a gente teve problema com isso, republicações... Cada autor é livre para fazer o que quiser com o texto. (Carlos Gomes, *Revista Outros Críticos*, 13 de abril de 2019, depoimento oral)

Sobre inovação ou experimentação nos conteúdos produzidos, é pertinente perceber que os arranjos inovam muitas vezes no formato, nos gêneros e na linguagem, a saber: a) em produtos impressos derivados da experiência prévia dos arranjos em mídias digitais, como as

revistas; b) a partir de produtos de áudio/*podcasts*, programas de rádio, diversificando e ampliando a capacidade de produzir jornalismo no meio digital; c) na ampliação de reportagens em profundidade e conteúdo multimídia nos sites; d) nas diferentes linguagens, com a aproximação da experiência do jornalismo em quadrinhos; produção audiovisual para seus respectivos canais no *YouTube*, em revistas impressas com design arrojado; e) na linguagem jornalística em si, quando *experimentam e brincam* na criação de entrevistas, reportagens, contos, crônicas e outros gêneros, via jornalismo literário.

Também inovam nas rotinas e processos ao buscar maneiras de formar, gerenciar ou produzir jornalismo de forma colaborativa e em rede, na parceria com outros grupos e coletivos, ONGs, escolas e universidades, como explanaremos a seguir.

Todos os seis arranjos estudados experimentam com linguagem audiovisual e radiofônica, sendo que a *Revista Gambiarra* e a *Revista O Grito!* até mesmo desenvolveram projetos em rádios parceiras neste sentido. No caso da *Revista Gambiarra*, realizavam um programa chamado Seja Nerd, na rádio local. O período de duração do programa foi curto, mas suficiente para remunerar, à época, uma equipe de quatro pessoas, como nos informa Rafael Flores:

Teve um período que a revista Gambiarra manteve um programa de rádio. Era uma rádio web comercial, inclusive, aqui na cidade. Mas a gente tinha um espaço de duas horas. Os programas iam ao ar toda terça-feira. Como a gente surgiu numa plataforma digital, então era muito mais fácil dialogar com esse público que está na internet. Inclusive, nosso programa foi por muito tempo um dos que mais tinham audiência na rádio, chama Mega Rádio, aqui de Conquista. (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Mais recentemente, a parceria da *Revista Gambiarra* tem sido com uma escola pública local, reativando a rádio-escola que estava fora do ar já há alguns anos. Sobre o projeto educacional na escola, falaremos um pouco mais à frente, ao relatar as parcerias.

Ainda sobre rádio, a experiência da *Revista O Grito!* foi de produção e veiculação de um programa radiofônico na Rádio Universitária FM, vinculada ao Núcleo de Rádios e TVs Universitárias da UFPE, como nos relata Paulo Floro:

A gente tem primeiro o programa de rádio, chamado O Grito! FM, que foi fruto de um projeto aprovado no Funcultura, em 2015, e que teve, após o Funcultura terminar, mais quatro temporadas, que fizemos de forma independente, sem edital. Era exibido na Rádio Universitária FM, até ano passado, quando a gente encerrou... Então, deu muito certo, a gente experimentou um novo modelo de debates, era um programa de rádio semanal, que a gente decidiu falar de temas que a gente tratava indiretamente como parte da cobertura dos produtos culturais – filmes, discos, livros. A gente decidiu trabalhar o inverso. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de

2019, depoimento oral)

Sobre os produtos impressos derivados da experiência prévia em mídias digitais, temos as revistas *Outros Críticos* e *Revista O Grito!* na inovação de produto impresso. Produzem publicações com design arrojado, ricas fotos e ilustrações, com, de fato, um projeto gráfico planejado, com uma narrativa visual para além da narrativa escrita.

Em *Outros Críticos*, revista desenvolvida por um casal, ambos formados em Letras, e uma delas é designer, essa preocupação está em todos os âmbitos dos projetos desenvolvidos, digitais ou impressos, como colocado na fala de Carlos Gomes a seguir:

Quando a gente começou a revista em 2014, foi o primeiro projeto financiado pelo Funcultura. 2014, a gente aprovou o projeto da *Revista Outros Críticos*. Em janeiro, saiu a primeira edição e coincide com a minha entrada no mestrado. Estava estudando justamente sobre as cenas musicais e a gente resolveu que o tema ia ser cenas musicais. Esse período estava muito forte a discussão sobre um grupo de artistas que se intitulavam de cena na época, Juvenil Silva, Domingos, Aninha Martins⁷², uma série de artistas. Eram artistas próximos a gente, que a gente escrevia sobre eles, entrevistava, então a gente pensou “cada revista vai ser temática”.

A primeira edição sobre cenas musicais, teve entrevista com Aninha Martins e Isaar, que era uma característica da gente, de falar sobre artistas que estão começando, que nem discos têm lançados, com artistas que já tem uma trajetória mais longa. Depois a gente pensou em valor da música, atrelada como a uma cultura chamada tradicional é tratada pelo estado, então tem uma questão de política cultural. A edição 3 é paisagem sonora, tem a ver com essa coisa da cidade, com essa sirene que está passando. A edição 4 é artes integradas, teve uma edição sobre improviso, estética e política, a ideia de ruína, a edição 8 sobre gênero – Corpo, Gênero e Deslocamento era o tema. A 9 era o Artistas vestem máscaras, tem temas que são mais soltos... História, Memória e Esquecimento, outro sobre tecnologia... Cada edição a gente trabalha um tema, aí é bem variado.

Outros Críticos é um projeto multimídia, que pode ser várias coisas. E a cada projeto, a gente vai convidando as pessoas, tem uma característica do *Outros Críticos* de misturar as linguagens e as artes. O trabalho da gente sempre foi esse de misturar as linguagens. Fernanda como tem esse trabalho entre literatura e design, ficou uma coisa bem bacana. Cada revista era um artista visual. Aí ela pegava todo o material do artista e construía a revista a partir desse trabalho. Por exemplo, a edição número 11, que é sobre tecnologia e sensibilidade, a gente convidou Paulo Brusky. Ele deu o material todinho para a gente e a gente fez o que quis com o material. Cada artista, a gente vai relacionando a obra dele ao tema da revista.

A edição 12 se chama Arte é a última esperança, a gente convidou Mariana de Matos, que é poeta e artista visual. Cada edição tem a entrevista principal, a edição 12 foi Bongar e um grupo chamado Bate Beat, eles constroem instrumentos musicais.

⁷² Músicos da cena independente pernambucana.

A gente sempre gostou de trazer o artista para o debate crítico, também para a escrita. A gente sempre fugiu disso de receber o disco do artista, escrever sobre aquele disco, depois outro... não. Às vezes, a gente escrevia sobre um disco que foi lançado há três anos. O tempo da gente era sempre diferente, não era o tempo da agenda. Tinham muitas coisas de agenda, mas a gente sempre trabalhou mais na invenção, de fazer as coisas num tempo diferente. (Carlos Gomes, *Revista Outros Críticos*, 13 de abril de 2019, depoimento oral)

Em relação ao arranjo *O Grito!*, a experiência com impressos vem a partir da *Revista Plaf*, como descreve Paulo Floro:

Essa revista Plaf surgiu da ideia de que o site foi se tornando muito reconhecido como um espaço ligado à cobertura de quadrinhos no Brasil. Quadrinhos ainda é um mercado muito de nicho e, dentro do nicho de quadrinhos, tem um outro nicho ainda maior, que é a cobertura de quadrinhos, enxergando ele enquanto arte. Porque a gente, infelizmente... o quadrinho, no Brasil, ainda é muito ligado a uma cultura norte-americana que nos foi imposta, que é o quadrinho do super-herói, de terror, mais ligado a uma cultura de mídia massiva. Mas o quadrinho é muito maior do que isso... Então, a gente tem uma cultura de quadrinhos própria, de autores brasileiros, porém ela não é tão evidenciada quanto autores gringos. Então essa cultura do nerd, ela faz muito mal ao quadrinho em si, porque se torna uma coisa reducionista.

Aí, a gente decidiu... E, n' *O Grito!*, a gente sempre trabalhou de uma maneira geral. A gente fala de super-heróis também, porém a gente tenta dar espaço para quadrinhos brasileiros, europeus, *mangás*, de vários tipos, independentes, alternativos, fanzines. A gente via que não existia uma publicação impressa sobre quadrinhos no Brasil. A única que tinha, ainda existe, é chamada Mundo dos Super-Heróis – por aí você já tira o nome. Então, a gente decidiu fazer uma revista sobre quadrinhos, que fosse uma extensão do que a gente fazia no site e que tratasse o quadrinho de uma maneira mais ampla, falasse do quadrinho como o cinema, como a literatura. Você não diz que o cinema só tem filme de super-herói, porque são os mais famosos, ninguém identifica dessa maneira. Mas o quadrinho, sim. Então, a gente quis falar de quadrinho enquanto arte plural, que se comunica com questões do mundo atual.

A partir das obras dos quadrinhos, a gente, na Plaf, fala de representação LGBT, de racismo. E foi um sucesso enorme os dois números já lançados. A gente, agora, aprovou no Funcultura mais outros três números. E, novamente, foi tudo uma descoberta. A gente não tinha experiência de publicação impressa, que é muito diferente das rotinas de um site, dá muito mais trabalho, é muito mais caro. E, para isso, eu contei com a colaboração de duas editoras, Dandara Palankof e Carol Almeida. Elas não trabalham n' *O Grito*, em si, mas atuam nesse projeto... e Erika Simona, que é designer. A Plaf está indo bem. É uma revista muito querida, todo mundo curtiu muito, pedem muito pelos próximos números.

A Plaf tem como principal objetivo valorizar a cultura, os quadrinhos do Nordeste, Pernambuco. Então, cada edição, a gente traz quadrinhos inéditos, que a gente encomenda. A gente sempre tem autores pernambucanos. A n° 2 foi só de autores nordestinos. E ela é vendida. O preço baixo, de R\$ 15. A n° 1 esgotou. Ainda tem da n° 2, um pouco. E a gente fez lançamentos aqui em Recife, em São Paulo, em João Pessoa, vende pelo site. E, com essa experiência, a gente amou, a gente quer futuramente trabalhar outras

publicações impressas. Não só de quadrinho, mas de outras... mantendo o site como – vamos dizer assim – o nosso carro chefe. E, a partir dele, a gente vai pensando... De repente, a gente faz algo de cinema. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral)

Tanto a *Revista O Grito!* como a *Outros Críticos* são os arranjos que desenvolvem as maiores experimentações no campo da linguagem jornalística e dos gêneros. A própria *Revista Outros Críticos* já é criada na simbiose entre jornalismo e literatura, como expressado na fala do nosso entrevistado, que evidencia uma possível ligação entre a não-formação acadêmica em jornalismo de ambos fundadores como uma abertura maior para se inovar em formatos e linguagens:

Quando eu conheci Fernanda (*sócia e companheira*), eu propus a ela “ó, vamos fazer um blog juntos? A gente pode unir essa parte mais crítica à coisa do design, do trabalho gráfico no blog...”. E a gente criou um personagem que era uma designer chamada Cécile Duchamp, parece Marcel Duchamp e tal. E ela criou um personagem para ela, Amélie Marie. E eu continuei com Júlio Rennó. Em 2008, a gente estreou de fato o site chamado *Outros Críticos*. Chama *Outros Críticos* porque tinha essa série de outros críticos que comentavam essas entrevistas. Uma das primeiras entrevistas, por exemplo, foi com o pessoal do Coquetel Molotov, as bandas daqui – Mombojó, Tibério Azul, bandas que estavam, nos anos 2008, 2009, estavam meio despontando aqui. A gente fez essa série de entrevistas. Ninguém sabia quem era Carlos ou Fernanda.

Como a gente não tinha formação de jornalismo, a gente se sentia bem à vontade para inventar, tanto que nas primeiras vezes que eu vi alguém falando do *Outros Críticos* foi Diogo Guedes, da *Revista Continente*. Diogo hoje é crítico do *Jornal do Commercio*... E ele falou, uma notinha que saiu na *Continente*, a primeira coisa que saiu sobre a gente. Ele falou: “eles fazem umas entrevistas diferentes”... foi a fala dele na revista. Foi que eu percebi a visão dos outros, que as entrevistas da gente eram diferentes. Até por isso de ter os heterônimos comentando a própria entrevista criava uma relação diferente. Esse período 2008... 2012... foi um período de invenção dentro de *Outros Críticos*. Tiveram períodos bem soltos e todos na internet. Ninguém sabia nem como era a cara da gente. Era tudo pela internet. Júlio Rennó e Amélie Marie.

Foi em 2008 que a gente começou o blog. A partir de 2009 a gente sentiu a necessidade de fazer algumas publicações com o material que vinha sendo produzido. 2009/2010 começamos a fazer pequenos zines, só que tudo online. Só que os zines já se pareciam com revista... era um protótipo da revista que a gente iria fazer anos mais tarde. A gente sentiu necessidade de convidar pessoas para escreverem no *Outros Críticos*. Para esse outro do *Outros Críticos* sair dessa ideia do heterônimo, do personagem, para outras vozes de fato. Foi quando a gente começou a convidar outras pessoas para escreverem, que a gente começou a chamar de colunistas. Foi aos pouquinhos. Primeiro, escrevendo gratuitamente, porque não tinha incentivo, nem patrocínio. Foram entrando várias vozes escrevendo, sobre cinema, de música, de literatura.

No começo, o *Outros Críticos* era bem aberto, depois que a gente foi focando

em música. No começo, ele era bem amplo. Tiveram esses convites e começou... a cada ano, a gente chamava uma série de pessoas... todo ano mudava... para serem colunistas do *Outros Críticos*. Até que, em 2012, a gente fez o site outroscriticos.com e começou a... fez a migração do blog, abandonou o blog, e foi pro site, em 2012. Ficou um pouco mais profissional. Já começou a fazer as coisas com mais consciência. Em 2012, a gente fez uma série de debates na Livraria Cultura, já convidando várias pessoas a participar, trazendo pautas para debates, foi quando a gente descobriu a palavra pauta. Aos pouquinhos foi descobrindo um pouco mais da linguagem jornalística mesmo. (Carlos Gomes, *Revista Outros Críticos*, 13 de abril de 2019, depoimento oral)

Na *Revista O Grito!* Paulo Floro reflete sobre as experimentações de linguagem como também um aspecto inovador no conteúdo jornalístico produzido pelo arranjo, como é apresentado a seguir:

A gente tenta dar um tom mais coloquial no texto, mas também não tanto. A gente não se identifica muito com um jornalismo independente mais de humor. A gente sabe que tem. E que é massa também. A gente acha super massa. Porém não é muito a nossa praia. Mas a gente tenta dar um tom que fale diretamente com o público. A gente usa termos que todo mundo entende, usa *memes*, referências que estão rolando no momento.

A gente pode colocar palavrão, não a gente escrevendo palavrão, mas se um entrevistado falar um palavrão, a gente vai colocar, não vamos colocar um asterisco. A gente tem essa linguagem mais livre, mais solta. Por exemplo, a gente tinha colunistas numa época, agora nem tem tantos, mas tem uma colunista que dizia “ah, eu queria escrever só em minúsculas”, pode escrever só em minúsculas. “Ah, o texto pode ter uma parte em inglês?”, pode. Então era bem “pode criar como preferir”.

A gente tinha uma época que fazia umas experimentações: teve uma época que a gente fez uma série chamada *Crônicas Sexuais do Recife*, que a gente criou um personagem, chamado Biu da Silva e esse personagem foi desvendar um submundo do sexo em Pernambuco que nenhum jornal cobria. A gente depois soube que os jornais, as redações, ficavam esperando essa matéria, as colunas, porque a gente revelava sobre cinema, sobre saunas, sobre garotas de programas, sobre as festas alternativas que rolavam, sobre boates gays e etc. Com um tom literário, feito por esse personagem. Durou muito tempo. Depois acabou, Biu finalizou... Outra vez, a gente criou uma personagem chamada Valentina Finnochiaro, que ela era do submundo da alta sociedade. Aí contava causos, como se fossem contos.

A gente tem essa linguagem. Volta e meia a gente fica experimentando. Teve uma época que uma colaboradora nossa pensou em uma pauta em que as bandas comentassem os próprios discos. A gente provocava eles a falarem dos próprios discos, aí gerou muita coisa legal. Até a cantora Pitty escreveu para a gente refletindo sobre o próprio trabalho. Saía coisas interessantíssimas. Volta e meia, a gente cria uma linguagem que foge um pouco do padrão. A gente também fez o projeto – que teve um período aprovado no Funcultura, depois a gente manteve – chamado *Holofote*

A linguagem também, a gente tem essa preocupação desses formatos, a gente

está pensando sempre a ideia do formato. Mas no próprio site tem entrevista, a gente tenta dar essa diversidade de gêneros. Tem entrevista ping-pong, tem reportagem, muitas notícias, muitas críticas. A crítica da gente também tem umas especificações do que deve ter na crítica, tem nota de 0 a 10. E os podcasts, que eram ligados ao programa de rádio. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral)

A percepção de que também os arranjos econômicos do trabalho do jornalista podem ser entendidos como trocas solidárias, experiências de rede, trabalho colaborativo — não necessariamente remunerado — se afina com o conceito de desenvolvimento local trabalhado pela nossa anterior pesquisa de mestrado. Os autores que trabalham com o conceito de desenvolvimento local apontam em geral para a articulação de redes sociais como chave para promover o bem-estar das comunidades e para se construir possibilidades de desenvolvimento. Para esses pesquisadores, a articulação em rede se torna um elemento imprescindível para a formação cidadã de determinada população, uma vez que é pressuposta uma relação horizontal, de troca (REIS, 2018).

6.4 O jornalista como *formador e educador* — e o arranjo como laboratório

Exceto a *Revista Outros Críticos* e o *Portal Itéia*, todos os demais arranjos contam ou já contaram com a participação de estudantes de comunicação social ou especificamente de jornalismo como estagiários. O arranjo, assim, passa a ser espaço de prática, de laboratório de aprendizagens, sob a supervisão de profissionais da área. O fato desses jornalistas que supervisionam o estágio também serem, em quatro desses arranjos, docentes, podem proporcionar uma oportunidade interessante de aliar, a esses estagiários, a teoria à prática.

Sobre essa experiência, Paulo Floro, da *Revista O Grito!*, expõe o seguinte:

Temos também convênios com algumas universidades – a Católica e a gente está quase fechando com a Faculdade Guararapes (FG). O convênio funciona assim: são aqueles estágios obrigatórios que todos os alunos têm que ter de atuação profissional. A gente, em troca, dá uma orientação. Eles têm que trabalhar 20h ou 18h semanais, e, em troca, corrige o material, participa. Eles experimentam também vários gêneros. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, depoimento oral)

Já André Santana, do *Portal Correio Nagô*, elenca o espaço do estágio como de ensino-aprendizagem de conteúdos que, muitas vezes, não são vistos nas salas de aula tradicionais. Além disso, para esse arranjo, que conta com mais longevidade em relação aos programas de

estágio e à interface com as universidades, o mais importante na participação do estudante em formação, como estagiário, é o alinhamento aos valores e princípios do portal.

O mesmo é pedido em relação a contratação das equipes como um todo. Assim, a dimensão do arranjo *educador/formador* se alia, ainda, à dimensão do arranjo *inovador/experimentador*:

O que a gente prioriza é, senão uma experiência, mas pelo menos uma preocupação social, com questões sociais, políticas, com as comunidades. *Queremos pessoas interessadas em fazer uma transformação, contribuir para mudanças sociais. Esse é um ponto muito importante.* Pessoas inquietas, inconformadas com a situação. As vezes não tem nenhuma experiência ainda, mas chegam aqui falando “isso é um absurdo, eu queria fazer isso, queria mobilizar”, já conta como um ponto muito importante para gente. A consciência das desigualdades raciais, isso é fundamental.

A gente até faz formação para quem ainda não entende isso, mas é difícil a gente ter no nosso quadro pessoas que ainda não compreenderam o racismo como estruturante no país, determinante mesmo da nossa sociedade. *A gente até faz muita formação, explica de forma didática, mas para atuar conosco esse é um passo fundamental.* É preciso que a pessoa entenda o racismo como estruturante, tenha consciência disso, tenha uma consciência do seu lugar nisso tudo, como negra, como vítima disso, ou como não-negra, ou participante do grupo de privilégios. Que se entenda nesses lugares todos são dois pontos fundamentais. *Outro ponto é que pense de forma inovadora, criativa, que entenda tecnologia como algo muito relevante para facilitar e para tocar projetos, trabalhos. Ser inserido nesse universo tecnológico, digital.*

Mesmo um estagiário passa a ser corresponsável pela existência desse veículo. Mesmo o estagiário sabe que o veículo precisa existir dele, *da forma como ele articula as pessoas da comunidade dele, como ele divulga.* Porque são veículos que ainda têm dificuldade de público, de acesso, de sustentabilidade, então todo mundo aqui é responsável pela sua existência. Isso é diferente, por exemplo, quando você é contratado para trabalhar num veículo. Você chega lá, faz seu trabalho... por mais que o chefe diga “vista a camisa!”, mas... você saindo de lá, ele vai continuar, você ficando, ele vai continuar. Aqui dentro as pessoas vêm muito imbuídas de “são vocês”. Então, *tragam ideias novas, tragam públicos novos. Isso é uma responsabilidade.*

A parte maravilhosa é que você trabalha com conteúdos que te respondem politicamente, na sua identidade, nas suas inquietações, está trabalhando com aquilo que realmente vai responder no nível privado, na sua identidade como pessoa negra. Eu acho que é um ganho fundamental. Esse é o depoimento que a gente ouve de muitos estagiários, por exemplo. “Eu estou trabalhando num lugar onde eu estou expondo minhas próprias questões, eu estou falando daquilo que me inquieta, me toca. Eu como um negro, como uma mulher negra, como LGBT negro, isso está falando diretamente a mim. Como jovem negro”. Isso é maravilhoso. E como a gente fala “Informação do seu jeito”, a gente não tem problema nenhum de dizer que a gente tem lado. (André Santana, *Portal Correio Nagô*, 11 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Jamile Menezes, do *Portal SoteroPreta*, observa a parceria via estágio como uma possibilidade de suprir uma demanda de produção de conteúdo no portal, uma percepção que vai ao encontro de sua visão do arranjo como um negócio em si:

Estamos numa parceria com a faculdade Unime, que a gente fez uma seleção e a gente selecionou dois estudantes negros, afrodescendentes, para que eles pudessem passar um período produzindo conteúdo para o portal e que isso se transformassem em atividade de extensão, para que eles tivessem certificado e essa parceria foi feita com a faculdade. A ideia é que a gente estenda para outras faculdades, mas a equipe precisa crescer antes disso, senão não dou conta. Mas foram feitas cerca de 20 produções jornalísticas nessa parceria. A ideia é a parceria com a universidade, para unir duas coisas: o estudante precisa da experiência e da certificação e eu preciso de gente para produzir. Ainda que eu tenha que editar, mas eu tenho só que editar, não tenho que produzir a matéria, ir até a fonte, fazer a reportagem, fazer tudo isso. (Jamile Menezes, *Portal SoteroPreta*, 17 de abril de 2019, depoimento oral)

Rafael Flores, da *Revista Gambiarra*, também explica sobre outros processos seletivos no arranjo, em busca de ampliação de equipes de trabalho:

As pessoas aqui em Conquista meio que criaram uma relação com a revista Gambiarra. Aquela coisa: a revista Gambiarra não pode morrer. E, com certeza, tem muita gente querendo colaborar, vamos atrás dessas pessoas. Aí, a gente abriu um edital... foram mais de 70 inscritos para a gente selecionar. A gente teve que fazer entrevista, com o coração doendo, porque era a galera querendo participar desse processo produtivo. A gente tinha aberto cinco vagas, aí foram 15. Eu botei 15, falei “não consigo, vem todo mundo, pelo amor de Deus!”

E o massa é que não eram só estudantes de jornalismo. Isso que a gente sempre primou. Como a gente vem desse debate da democratização da comunicação, apesar de ter esse debate do diploma, a gente nunca se apegou a isso. Porque a gente acredita que a comunicação é um direito, você quer produzir comunicação, conteúdo, é melhor que esteja do nosso lado, que a gente vai orientar como fazer e, quem sabe, a pessoa se interessa. A gente sempre quis fazer tipo umas cotas, cota para não entendidos, para a galera que não era da comunicação, seja de publicidade ou de jornalismo. Então a gente sempre colocou... sempre aparece alguém de letras, aparece alguém de história, sempre aparece alguém do ensino médio, que isso era muito legal, a gente sempre fez essa questão de trazer essa menina para conhecer. Inclusive, teve uma galera que virou jornalista. (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, depoimento oral)

Entretanto, a experiência da *Revista Gambiarra* apresentou um dilema que evidencia, na realidade, um limite no tocante à produção colaborativa: até que ponto tal flexibilidade de contratação/colaboração deixa de ter um sentido do *comum* (SODRÉ, 2014) e passa a denotar uma relação precarizada de trabalho? Como relata Rafael Flores:

A gente fez esse edital em 2017, durou três meses, isso foi bom para a gente criar laços com novos colaboradores. A gente não chegou a continuar, porque também, nesse edital, a gente recebeu alguns bombardeios da universidade, que a gente estava precarizando o jornalismo, que a galera estava

trabalhando de graça. Essa discussão que, depois que se encerrou o processo, eu preferi não enfrentar por um tempo, *preferi ir fazendo com a minha própria força,* minha cabeça não estava para isso. Foi muito disso também. No ano passado, nós voltamos a abrir um edital para o Festival Suíça Bahiana, de 2018. *Aí a gente já fez uma estratégia diferente. A gente não chamou de cobertura colaborativa, porque já tinha todo esse processo de desgaste com a discussão. A gente fez o mesmo processo, mas chamou de Oficina de Cobertura de Festivais. Ninguém questionou.* (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Paulo Floro traz essa preocupação com a precariedade das relações trabalhistas a partir da ideia de *trabalho colaborativo*, como expressa em sua fala:

A gente fica preocupado com essa questão da remuneração, *a gente pensa muito sobre isso, nessa precarização.* Quando você estabelece uma parceria, feito com relação aos estudantes da Católica, aí tudo bem porque tem um propósito, tem um contrato, tem tudo. Mas, no início, quando o site era menos profissional a gente tinha um monte de gente colaborando. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Ainda sobre as parcerias com as universidades e escolas locais, Rafael Flores apresenta experiências exitosas, identificando características *formadora/educadora* no arranjo:

A mesma universidade que problematizou a cobertura colaborativa, dessa vez fez uma parceria com a gente para a gente poder escoar os produtos dessa oficina. Foram dois produtos: um *podcast* e um documentário. E, aí, tanto o *podcast* quanto o documentário foram exibidos na TV educativa local, a TV Uesb e a Rádio Uesb. A gente só mudou o nome, mas foi o mesmo processo, o mesmo objetivo de abrir as portas para que a galera que não tem essa oportunidade de aprender na prática pudesse estar ali na prática mesmo.

A gente sempre se preocupa que as pessoas tenham as mesmas oportunidades que a gente, por mais que isso seja impossível, mas a gente tenta pelo menos para as pessoas que estão mais próximas da gente passarem pelos processos que a gente passou e com um pouco mais de qualidade também. Então é muito nisso. Aí, a partir desse pensamento, também, a gente tem um projeto que se chama o Mídia Livre Nas Escolas, que são exatamente as mesmas oficinas que a gente faz, a gente fez nas escolas. Uma das que eu mais lembro, mais gosto de me lembrar, foi quando ocorreram aquelas ocupações nas escolas do país inteiro e, aqui, na municipal que fica aqui atrás... estadual... eles ocuparam a escola, a escola estava um caos, as universidades todas ocupadas e a única escola que estava ocupada aqui foi ela. Aí chamaram a gente para conversar e a gente fez uma oficina com a galerinha.

Isso faz parte também do DNA da Gambiarra, esse compartilhamento das coisas que a gente sabe, sem muito critério de quem pode saber isso. Não é só jornalista que pode fazer. Os moleques das escolas também podem porque eles precisam disso para ser formar politicamente, então para a gente é essencial que eles tenham esse acesso.

A ideia do Mídia Livre nas Escolas é chegar para essa galera e mostrar que a comunicação é um direito, que *hoje existem ferramentas que são acessíveis e que eles podem ocupar.* A gente fez uma também na rua da minha casa. Tem um colégio estadual, que a rádio estava inutilizada, a diretora não deixava os

meninos usarem os equipamentos da rádio. Eles tinham o equipamento e não podiam usar! E a gente meio que chegou lá subvertendo, *mandando* nos alunos (brincadeira). A gente só provocou para que eles pudessem ocupar a rádio. Eles fizeram um jornalzinho também.

A escola estadual hoje tem um sistema de TV e rádio dentro da escola, então, *a Gambiarra sempre esteve também nessa via da educomunicação, trazendo o que a gente absorveu de experiência para essa galera*. A gente tem uma certa dificuldade porque o público não interage muito, é um público que não tem muito engajamento. (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Outra experiência interessante em que o arranjo pode ser percebido nessa dimensão de arranjo *educador/formador* é a partir do Projeto O Grito Suburbia, da *Revista O Grito!*, formação em jornalismo cultural voltado para estudantes de jornalismo que vivem em áreas periféricas do Recife e Região Metropolitana. Os jovens são selecionados e, por meio de uma curta formação, desenvolvem uma pauta cultural em suas comunidades, sob supervisão da equipe e convidados. Posteriormente, as pautas são publicadas no site da *Revista O Grito!* Para isso, os participantes também recebem mentorias e bolsas. Sobre o Suburbia, Paulo Floro apresenta o seguinte:

A ideia é que esse projeto Suburbia possa ser replicado em qualquer espaço que seja, de alguma maneira, ou periférico ou socialmente marginalizado. Por exemplo, a gente pode fazer O Grito! Subúrbia num presídio e tratar de temas ligados àquele ambiente, desde que se conecte de alguma forma com cultura. De repente, grupos culturais, o modo como a cultura atua ali, políticas culturais, artistas de destaque daquele local, qualquer coisa, mas tem que estar ligado à arte e à cultura. A gente está amando esse projeto, porque tem muito a ver com nosso site. A gente sempre quis dar espaço para essas novas cenas. E a outra coisa da gente é que a gente trata de arte, enquanto substrato político, de transformação social. Ainda que a gente fale também de coisas ligadas à cultura pop de massa, cantoras pop, etc, a gente trata... *A gente tenta entender como isso repercute*. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Mais uma vez, percebe-se que o entrevistado acima não só relata as ações do arranjo em questão, mas também faz uma autocrítica. Aqui, ele não apenas descreve as ações realizadas em contextos periféricos, como observa que essa cultura periférica não é tão abordada nas pautas da sua revista cultural. Ao tratar sobre as especificidades do jornalismo cultural, Piza (2003) vai relatar sobre os critérios do que seria uma *alta ou baixa cultura* (conceitos trabalhados pela Escola de Frankfurt) e que, embora tais terminologias estejam em desuso, elas ajudam a solidificar, ainda nos dias atuais, a organização hierárquica dos chamados segundos cadernos, ou cadernos culturais dos jornais e revistas impressos.

O autor ainda observa que a mesma lógica é repassada para as mídias digitais, como os

sites ou portais. E é o que, de fato, observamos nos arranjos estudados. As pautas ligadas às periferias e às culturas populares são trazidas com mais ênfase no *Portal SoteroPreta* e no *Portal Correio Nagô*, arranjos de *mídia étnica* que trazem, na nossa observação, não só um recorte étnico-racial, mas também de classe social⁷³.

Ainda sobre a dimensão *educadora/formadora* do arranjo e a relação com o espaço formal acadêmico, a universidade, são apontados pelos arranjos as necessidades de readequação de currículos para as atuais necessidades do mundo do trabalho e a possibilidade de aprendizagem do estudante, a partir da inserção no mundo do trabalho do jornalismo independente, numa reatualização entre teoria e prática. Sobre o papel da universidade na formação do jornalista Paulo Floro aponta:

Na minha época, eu lembro que teve uma disciplina, que era eletiva, chamada Empreendedorismo na Comunicação, algo assim. Porém, na época, as coisas ainda estavam muito nebulosas, era tudo muito novo. Então, sempre mudando... falavam o que era startup, mas era assim... Como você cria um jornal? Onde você consegue dinheiro? Não se tinha muito... Mas eu sempre tive essa gana de criar minhas próprias coisas, criar meus negócios. Talvez, vendo minha família, meu país, fazendo isso. Mas, hoje, eu vejo que nas universidades ainda não é algo muito valorizado. Eu acho que deveria ter mais dentro do curso de jornalismo... Primeiro, mais conteúdo ligado à web, acho que jornalista tem que saber programação web, tem que saber o que é uma página HTML, o HTML5, o que são as tecnologias utilizadas dentro de uma página. Você olha para uma página, aquilo ali tem um montão de tecnologias, de imagem, de construção de página, de tudo. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Outra relação trazida pelo mesmo entrevistado diz respeito ao empreendedorismo voltado para o jornalismo, aliado ao conceito de inovação:

A outra coisa é a questão do empreendedorismo. Eu vejo muitos cursos ótimos naquele *Knight Center Of Journalism*, do Texas, já fiz dois cursos desses lá, online, muito bons. Tem aquele grupo da ESPM, que é voltado para pesquisa de jornalismo pós-industrial, que trabalha muitas questões que surgiram desse momento do jornalismo digital, que é jornalismo de dados, jornalismo investigativo ligado para a internet, programação web e também como empreender dentro do jornalismo digital. *Mas ainda é muito incipiente.*

Eu sinto falta também de *uma maior integração desses espaços que trabalham com um ambiente de inovação, empreendedorismo, voltado para o jornalismo.* O Porto Digital⁷⁴ não tem como um dos seus pilares o jornalismo. Lá, tem – dentro da economia criativa – fotografia, cinema... que ele

⁷³ Ver: DAVIS, A. **Mulheres, raça e classe**. São Paulo: Boitempo, 2016.

⁷⁴ Interessante observar que, assim como o parque tecnológico do Porto Digital, no Recife, Salvador conta desde 2016 com a plataforma Vale do Dendê, aceleradora voltada para negócios e projetos sociais. O nome é uma referência direta ao Vale do Silício, que acolhe diversas empresas e instituições tecnológicas na Baía do São Francisco, na Califórnia, EUA, incluindo grandes corporações, como o próprio *Google*. A partir da perspectiva da economia criativa, o objetivo do Vale do Dendê é fomentar o ecossistema de inovação e criatividade em Salvador, com foco no desenvolvimento de juventudes negras e periféricas.

identificou como sendo essenciais dentro da cadeia produtiva de Pernambuco. Mas não tem jornalismo. Seria incrível se abrisse espaço para isso dentro do projeto O Grito Suburbia, mas foi através do Porto Social, que era para produtos ligados à transformação social. Mas a gente adoraria fazer parte de uma *incubação ligada ao jornalismo*. Tem muita coisa para você empreender de inovação. *Você tem que buscar um outro caminho. De repente, falar enquanto produtor de mídia. Mas não tem, deveria ter algo ligado ao jornalismo.* (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Ainda sobre o papel das políticas públicas e das universidades, ele pondera:

Eu acho que a universidade e o estado ligados a esses ambientes de inovação deveriam olhar mais para o jornalismo. A gente poderia tomar a dianteira de outros países. Nos Estados Unidos, são vários os sites independentes nascidos dentro de *startups*, que cresceram, se tornaram referência no mundo, tudo baseado em inovação. E, aqui, a gente não está conseguindo ainda. Eu vejo até bolsas para jornalistas para visitar esses outros ambientes digitais. E, aqui... não tem, não vejo muito. Eu acho que deveria ter mais. *Começando na universidade... já é um grande avanço, um grande passo.* (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Por fim, o entrevistado ainda reflete a respeito de seu próprio papel enquanto jornalista formador/educador a partir de sua função como docente, para além da atuação com o arranjo:

Para os meus alunos, eu tento dizer o tempo todo “crie seu próprio conteúdo, mesmo que você, depois, vá abandonar, mas aquilo ali se torna seu portfólio, se torna sua forma de experimentar. *Você vai chegar no mercado já com uma experiência, nem que seja sua própria, de você criar seu próprio conteúdo.* E nada impede que aquele seu produto seja algo que vá dar dinheiro... que seja rentável”. (Paulo Floro, *Revista O Grito!*, 31 de março de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Jamile Menezes, por sua vez, apresenta em sua fala uma sutil mudança na percepção dos próprios estudantes de jornalismo a respeito das transformações no mundo do trabalho do jornalista:

Eu sou convidada para falar em algumas universidades de jornalismo, relações públicas, principalmente quando chega o novembro negro⁷⁵ mesmo, ou o Dia da Mulher Negra, em julho⁷⁶. Então, a gente tem alguns momentos que a gente tem alguns convites para falar. E nesses momentos que a gente fala eu tenho percebido que muitos alunos ainda estão com a mentalidade de “vou sair daqui para ser estagiário ou ser um jornalista de um jornal impresso”. Ou: “eu vou sair daqui para apresentar um programa de TV”.

Eu acho que está mudando, muitas faculdades particulares, principalmente, têm colocado empreendedorismo no currículo. A minha teve empreendedorismo. E eu me formei lá atrás, então têm muitas faculdades que têm, mas têm muitas que não têm essa disciplina. E eu acho que essa disciplina

⁷⁵ Mês ligado ao dia de nascimento do líder negro Zumbi dos Palmares, no dia 20 de novembro. A data é feriado municipal em algumas cidades do Brasil, incluindo Salvador.

⁷⁶ O Dia 25 de Julho é o Dia da Mulher Negra Latino-americana e Caribenha, marcado como Julho das Pretas no movimento negro.

é que faz com que as pessoas comecem a pensar diferente tipo “não vou ser empregado, vou ser empregador”. Que há possibilidade no jornalismo para isso. Eu tenho visto um atraso, mas também tenho visto alguns avanços de pessoas, de jovens mesmo, que entenderam que eles podem produzir conteúdo com um celular.

Eu já vi vários exemplos de muita coisa diferente sendo feita. Uma galera em que eles pegavam o celular com dois cabos de vassoura e faziam uma câmera e faziam um canal do YouTube com entrevistas, com discussões da comunidade. Então, é uma visão empreendedora, de “não, não vou sair daqui para trabalhar no Jornal A Tarde”. Na minha época, as pessoas saíam e tinha essa mentalidade “eu preciso sair daqui para trabalhar no Jornal A Tarde ou na TV Bahia ou no Correio⁷⁷”. Tinha essa mentalidade... está mudando. Mas as faculdades ainda precisam fortalecer muito essa questão do empreendedorismo, da possibilidade deles criarem suas próprias ferramentas de comunicação. (Jamile Menezes, *Portal Soteropreta*, 17 de abril de 2019, depoimento oral)

Rafael Flores, da *Revista Gambiarra*, por sua vez, percebe que as práticas do próprio arranjo repercutem em mudanças na própria universidade, ao menos, em municípios do interior, como Vitória da Conquista. No entanto, aponta também para a reestruturação dos currículos na universidade e como isso pode impactar a formação mais geral do comunicador:

A gente vê que o nosso trabalho também, como jornalistas independentes, deu uma refletida na universidade. A gente vê que todos os eventos da universidade, agora, trazem o jornalismo independente para falar. Isso é uma coisa que a gente consegue ver. Mas, realmente, eu não consigo responder essa pergunta tão bem, porque eu não sei. Eu acho que a parte prática, a parte de oficinas da universidade é muito voltada para o jornalismo tradicional.

Eu acho que não há essa possibilidade de experimentação, que é o cerne da universidade. Eu acho que a universidade é feita para isso, para interferir no mercado, não formar para o mercado. Com a mudança de grade que era comunicação em jornalismo, e agora é só jornalismo, eu acho que se perde, principalmente para o jornalismo independente. Essa formação mais ampla na comunicação, eu sou isso, minha formação é isso, eu não consigo observar o jornalismo mais tecnicista. (Rafael Flores, *Revista Gambiarra*, 25 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

6.5 Jornalismo em rede e produção de memória

Vale ressaltar que o fato de tanto o *Portal Itéia* quanto a *Revista Outros Críticos* não contarem com a contribuição de estagiários em suas práticas diz muito a respeito da natureza do arranjo. Ambos são sites colaborativos, cuja razão de existir é possível a partir de muitos

⁷⁷ Veículos tradicionais locais.

autores, dessa *pluralidade de vozes*.

No caso da *Outros Críticos*, por exemplo, Carlos Gomes enfatiza essa não-hierarquia no escoamento de conteúdos. Embora muitas das contribuições sejam de autores, acadêmicos, jornalistas e artistas convidados — especialmente, em relação às revistas impressas e livros —, muito material é recebido por e-mail para publicar no site. E publicam. Isso não significa que não há critérios editoriais de seleção dessas produções. Mas tudo é gerido de forma mais orgânica. Tanto em um quanto em outro arranjo. Estariam em ambos os sentidos de um jornalismo, de fato, feito em rede. Carlos Gomes afirma:

Eu, nessa minha trajetória, criei um hábito: todos os dias, há muito tempo, tinha um acesso online aos jornais. Há dez anos, todos os dias, eu abro os três jornais daqui e passo e vejo os segundos cadernos⁷⁸, leio algumas coisas, mas todos os dias eu vejo tudo o que é publicado nos segundos cadernos. Todas as páginas, eu vi, nos últimos dez anos. É um tempo gigante. Algumas coisas eu leio, outras, a maioria, não. Mas botei o olho em tudo o que foi lançado. O que aconteceu com *Outros Críticos*? Se você abrir uma de nossas revistas, vai ver lá: tanto o estagiário que está lá na redação, nesses grandes jornais, quanto o professor da pós-graduação da comunicação. *A gente não faz diferença. A gente quer é gente contando história, gente escrevendo, gente refletindo.* (Carlos Gomes, *Revista Outros Críticos*, 13 de abril de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

O *Portal Iteia* foi o único dos arranjos estudados que apontou de forma espontânea, em seu discurso, a sua autocompreensão enquanto arranjo produtivo local: “*Iteia* é uma rede autogestionária, ninguém é chefe de ninguém, nem no Intercidadania, não temos diretoria, presidência, vice-presidência. Por uma mera formalidade, somos uma oscip” (Pedro Jatobá, *Portal Iteia*, 20 de janeiro de 2019, depoimento oral).

A seguir, Pedro Jatobá explica o entendimento do portal enquanto arranjo e quais as relações implicadas nesse processo:

O Iteia foi contratado dentro da Produtora Colaborativa PE. *É um arranjo produtivo local de pontos de cultura, um dos pontos de cultura que integra esse arranjo é o Iteia.* Então, o Intercidadania foi contratado através do Iteia, através desse arranjo, assinamos um contrato com uma ONG de Nova Canaã, aqui na Bahia, para fazer cobertura audiovisual, edição de vídeo, registro fotográfico... Então, esse dinheiro entrou, pagou pessoas que são da equipe, gerou conteúdo pro Iteia, divulgação, formou novos usuários nessas cidades... Como é que o Iteia acontece? Acontece através de prestação de serviço, de *crowdfunding*, apoio, organizações parceiras, trabalhos voluntários. Tudo isso está envolvido para a gente estar há dez anos, como a gente está hoje. O Iteia foi lançado em 2007, a gente está em 2019. Tem 12 anos que o projeto está no ar.

Sim, o que fazemos é jornalismo, é um trabalho de curadoria, de produção autoral, principalmente de conteúdo multimídia, têm muitas fotos e vídeos

⁷⁸ Cadernos de cultura nos jornais impressos (PIZA, 2003).

que foram publicados por integrantes do Iteia mesmo. A gente tem uma coisa muito forte: Iteia não é um site como o *YouTube*, que a gente publica conteúdo de qualquer pessoa. Você não vai chegar lá e subir uma música de Roberto Carlos. Se Roberto Carlos não te autorizou a subir esse conteúdo, você pode ser processado. Roberto Carlos tem, pelo direito autoral brasileiro, toda a liberdade de te processar. Porque você não tem autorização de subir a música de Roberto Carlos. Então, no termo de uso do Iteia diz assim: “O Iteia, o Instituto Intercidadania, no CNPJ tal, não se responsabiliza por nenhum conteúdo publicado em nosso servidor”. (Pedro Jatobá, *Portal Iteia*, 20 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Conforme apontamos em estudo anterior, em linhas gerais, pode-se explicar o desenvolvimento local como um processo no qual a comunidade identifica e reconhece os seus potenciais endógenos e utiliza os recursos humanos e materiais locais para produção, articulando parcerias públicas e privadas, promovendo ações educativas e inclusivas que permitam a participação dos seus próprios membros em diversos níveis, independentemente de gênero e idade (BUARQUE, 1999; JARA, 2001; TAUKE SANTOS, 2002).

Além disso, de acordo com os mesmos autores, as ações realizadas em processos de desenvolvimento local devem considerar, ainda, a sustentabilidade em longo prazo, o que significa dizer que esta não é só pensada num nível econômico, mas também sob o ponto de vista da preservação dos recursos ambientais, do repasse de conhecimentos técnicos de geração em geração e da conservação de valores locais (REIS, 2018).

Em linhas gerais, observa-se fatores de desenvolvimento local em muitos dos novos arranjos jornalísticos de base comunitária, especialmente, aqueles que se encontram nas periferias dos grandes centros urbanos, pautando-se no cotidiano que está *à margem* do que acontece nas metrópoles, usando de recursos escassos, muitas vezes mesmo *improvisados*, e utilizando-se de inovação e criatividade para os modos de produzir comunicação e jornalismo.

Também é interessante ressaltar que tanto no discurso trazido pela *Revista Outros Críticos* quanto no trazido pelo *Portal Iteia* — experiências que, em nosso entendimento, trouxeram mais fortemente os requisitos de colaboração e senso de redes — aparece a dimensão *da produção de uma memória do que é feito*. Isso tanto apareceu no planejamento de seus produtos — caso da revista impressa dos *Outros Críticos* — como na concepção da estrutura do arranjo em si, caso do *Portal Iteia* no entendimento do portal.

Pedro Jatobá, do *Portal Iteia*, traz o entendimento do seu arranjo como um inventário das mais diversas produções elaboradas pelos coletivos de cultura, em especial, dos pontos de cultura, responsáveis ainda hoje por cerca de 40% do total das publicações. Em suas palavras, o *Iteia*:

Serve de memória, de banco de dados, *de acervo multimídia do que um dia*

foi e não é mais. É uma forma de manter vivo também, porque, lá na frente, podem se dar conta de que estamos andando na direção errada. (Pedro Jatobá, Portal Itéia, 20 de janeiro de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

Carlos Gomes, da *Revista Outros Críticos*, apresenta essa inquietação sobre a finitude dos processos e a importância de registrar e sistematizar o trabalho realizado ao falar sobre o livro publicado por ocasião da edição comemorativa de dez anos da revista:

A gente reuniu textos representativos dos dez anos do Outros Críticos, então tem coisa do blog e do site e tem alguns textos, mas poucos, das revistas (impressas). Como a revista tem o formato impresso, a gente focou em outros textos. Coisas mais do site. Como o site um dia vai cair, vai sumir, a gente confia mais no impresso, tenta sempre trabalhar o impresso. A gente tem uma visão: muito do que está na internet vai ficar para sempre. O impresso dura mais do que o da internet, na visão da gente.

Vai ter uma hora que eu vou morrer, Fernanda vai morrer e pode ser que não tenha ninguém que se interesse por Outros Críticos... o site vai cair, ninguém vai pagar provedor, ou mesmo a gente não queira continuar a pagar o provedor, aí o site uma hora vai cair, todo o conteúdo que está lá vai cair. Então, a gente teve a ideia de pegar o que a gente acha mais representativo e colocar no impresso. (Carlos Gomes, Revista Outros Críticos, 13 de abril de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

A importância de produzir uma memória física, para o entrevistado, também tem a ver com uma questão de afeto:

A gente sempre se preocupou com o formato impresso, tanto a questão de qualidade, quanto uma questão meio de afeto. A pessoa pegar aquele objeto, tem meio que uma afeição sobre ele. Na internet, é uma coisa mais passageira. A gente tenta usar os dois. O que a internet pode nos dar, a gente usou muito. E no impresso, a gente usa outras coisas. Aí tenta fazer com que essas coisas se casem. A gente tenta trabalhar esses dois lugares. Tem uma memória física que a gente gosta de ter. (Carlos Gomes, Revista Outros Críticos, 13 de abril de 2019, grifos nossos, depoimento oral)

É interessante observar que o entrevistado não coloca em contraposição mídia impressa x mídia digital. Ele coloca como complementaridade. Algo que já vimos antes, quando os entrevistados da *Revista Gambiarra* e da *Revista O Grito!* trouxeram essa dimensão da complementaridade entre as mídias tradicional x independente. Aqui, retomando o que foi dito por Carlos Gomes, são escolhas, que podem ser mais assertivas a depender de cada caso. Os próprios arranjos, por exemplo, observaram as inovações trazidas pelas mídias tradicionais e os aprendizados a partir delas. Também apontaram como as próprias mídias tradicionais precisaram aprender algo com as mídias independentes para reinventar o jornalismo que fazem.

Tal tipo de pensamento — de complementaridade e não de contraposição — é trazido por Sodré, tanto ao se pensar a ciência do comum (2014) mas, principalmente, quando explora o conceito do pensamento *nagô* (2017), ao trazer a perspectiva africana e, especialmente, de

origem *yorubá* (ou *nagô*) para analisar a comunicação. A ideia, aqui, não é negar a diferença. Muito pelo contrário. É percebê-la, descrevê-la e aprender com ela. Também não tem a ver com a não-tomada de posição.

Como vimos, os arranjos têm a compreensão do posicionamento, da tomada de decisão ideológica, que perpassa todas as dimensões do trabalho que realizam. Entender a precariedade das condições de produção, assim, não é negar a necessidade de empreender para manter seus arranjos vivos. É buscar o equilíbrio nessa relação.

O trabalho colaborativo — que pode apontar uma possível exploração de mão-de-obra — não precisa deixar de existir, ele precisa, de fato, operar num sistema em que, efetivamente, a *colaboração*, o *senso de comunidade* e de *atuação em redes* possam fazer sentido.

A relação com a universidade, mesmo com todas as contradições, mostra-se uma parceria eficaz em termos de formação e de educação, em que trocas de saberes são estabelecidas entre todas as partes envolvidas. Assim como no pensamento *nagô* (SODRÉ, 2017), o movimento da mídia independente é circular, com retrações e expansões que acompanham o ciclo da História. Só é possível saber o *como fazer* a partir da experimentação — e elaborando pensamento crítico sobre essas experiências.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho nos permitiu compreender algumas das novas formas de organização de trabalho dos jornalistas culturais que atuam em mídia independente nos estados de Pernambuco e da Bahia, na Região Nordeste do Brasil. O que nos moveu, nesta investigação, foram as pistas de profundas transformações no mundo do trabalho do jornalista contemporâneo, refletindo-se não só nas práticas, mas na autonomia, na sustentabilidade, nas relações de comunicação e nas condições de produção. Foram analisadas três revistas culturais digitais (*Revista Outros Críticos*, *Revista O Grito!* e *Revista Gambiarra*) e três portais de internet (*Portal Iteia*, *Portal Correio Nagô* e *Portal SoteroPreta*), perfazendo ambos os estados.

Foi possível verificar a hipótese de que, muitas vezes, há a precariedade das condições de produção, mas também foi possível perceber a criação de novos postos de trabalho na área; a percepção do jornalista também como gestor da comunicação e produtor cultural; o papel de políticas públicas para a sustentabilidade desses grupos e a articulação de parcerias com ONGs, universidades e outros grupos de mídia independente, permitindo atuação em rede, um dos indicadores do desenvolvimento local.

Em relação à precariedade das condições de trabalho, observou-se, na verdade, que a *precarização* do trabalho do jornalista é uma *precarização* como um todo no cenário de trabalho atual. A oportunidade de criar o seu próprio veículo/arranjo é, assim, uma oportunidade de “ser feliz fazendo o que se gosta”, mas sem romantizar a precariedade, como bem nos lembra Monique Evelle em sua já citada palestra no *TED (Technology; Entertainment; Design)*.

Assim, é preciso se garantir as mínimas condições de realizar o trabalho, mas dentre ser pessoa jurídica (PJ) para trabalhar para os outros, bem melhor é ser *equipe*, como na fala da jornalista Jamile Menezes, do *Portal SoteroPreta* ou, ser *CEO*⁷⁹ de *MEI*⁸⁰, ainda no lembrete da fala de Monique Evelle.

Urge, assim, adaptar-se, *reinventar-se* profissionalmente, *rearranjar-se*. E aqui, o termo *arranjo*, trazido pelas autoras Figaro e Nonato, mostra-se mais uma vez assertivo e acertado. Ele é dito, de modo voluntário, espontâneo, no depoimento de Pedro Jatobá, do *Portal Iteia*, que considera o projeto do portal em si mesmo como um arranjo produtivo local (APL). E

⁷⁹ Sigla inglesa que significa *Chief Executive Officer* (Diretor Executivo, em português).

⁸⁰ Expressão usada pela jornalista, ativista e empresária Monique Evelle em diversas falas públicas (*lives* e entrevistas para imprensa) para definir os cargos dos atuais autônomos, autogestores de suas próprias empresas em que são, ao mesmo tempo, funcionários e chefes de si mesmos.

também é remetido na fala de Paulo Floro, da *Revista O Grito!*, quando se refere ao termo *gambiarra* ao descrever as atividades desenvolvidas como um todo pelos profissionais da revista para darem conta de desempenhar as mais diferentes funções em seus trabalhos. Além disso, o próprio nome da *Revista Gambiarra* é recuperada como esse conceito de reorganizar-se, de uma forma diferente, na entrevista de Rafael Flores.

Para os entrevistados, assim, a *precariedade* das condições de produção existe, mas vale a pena por trazer à tona para a vida, segundo um deles, “o componente felicidade”. No entanto, não é possível sobreviver exclusivamente do arranjo: todos mantêm outros trabalhos como principal fonte de renda.

Dentre as novas funções desempenhadas estão, em especial nestes arranjos estudados, o papel de produtor cultural — escrevendo, gestando e gerindo projetos, produzindo livros, lançamentos, eventos e festivais — e o de gestor da comunicação, uma vez que se faz preciso *aprender a empreender*, a liderar equipes, a gerir com autonomia o seu próprio tempo de trabalho, a lidar com as finanças e com a contabilidade, a planejar em curto, médio e longo prazo a viabilidade para que aquele arranjo permaneça existindo.

Os discursos dos informantes revelam tensões quanto ao termo *empreendedorismo* pela relação direta a um conceito ligado ao *stablishment*, ou seja, à manutenção das estruturas de poder. No entanto, embora o termo seja rejeitado pela maioria — apenas uma das entrevistadas o utiliza de forma mais habitual —, ele é utilizado mais comumente não como um sinônimo de ser um negócio ou empresa, mas como diversas formas de produzir, de fazer projetos e produtos que viabilizem a sustentação e a sobrevivência dos arranjos em si. Assim, a categoria *empreendedor/produtor* aparece como pertinente para demonstrar essa interface entre os diferentes papéis exigidos pelo trabalhador do arranjo jornalístico cultural.

Se o jornalismo precisa acompanhar o seu tempo e, como dizia Mãe Stella de Oxossi⁸¹, *nosso tempo é agora*, o profissional jornalista precisa acompanhar as transformações no mundo do trabalho, num equilíbrio entre desenvolver novas habilidades e exercer novas funções, adaptando-se às exigências e possibilidades do trabalho atual, ao mesmo tempo em que sabe que também precisa se articular em defesa de seus direitos.

Mesmo não-sindicalizado — caso de cinco entre seis de nossos entrevistados — o jornalista se organiza em redes, *co-working*, parcerias (como intercâmbios, premiações e

⁸¹ *Iyalorixá* do tradicional terreiro *Opo Afonjá*, de Salvador, Mãe Stella de Oxóssi ocupou cadeira na Academia Baiana de Letras, tendo sido autora de diversos livros. Ver: SANTOS, M. S. A. **Meu tempo é agora**. 2. ed. Salvador: Assembleia Legislativa da Bahia, 2010.

projetos coletivos), novas formas de trabalho colaborativo e, até mesmo, em cooperativas⁸², que é a experiência do *Portal Iteia* a partir da plataforma Eita⁸³.

Assim, esse ambiente de *cooperação* entre os pares pode apresentar menos concorrência, uma exigência do capital e mais um *senso de comunidade*. E aqui, podemos recuperar o sentido de comunidade em que técnicas, tecnologias e habilidades dos diferentes participantes dos arranjos possam ser realocadas para que todos possam melhor trabalhar e viver, fortalecendo os arranjos como um todo e gerando uma cadeia produtiva.

Além das colaborações entre os pares, na categoria *jornalismo formador/educador*, apontam-se as parcerias com as universidades como estímulo tanto para o surgimento (a partir de grêmios estudantis, diretórios, disciplinas, projetos de extensão e de iniciação científica, laboratórios de redação e de criação, intercâmbios), quanto para o aprofundamento na compreensão do fenômeno, a partir das pesquisas, ações que tanto auxiliam na sustentação dos grupos quanto retroalimentam a criação de novos, proporcionando ser a universidade o espaço propício para a experimentação de *modos de fazer* para estudantes e novos jornalistas.

Com isso, os grupos não dependem da universidade para existir e produzir, mas, a partir do acesso a esse espaço de produção de saberes, pode permutar conhecimentos e também se fortalecer. A universidade e os cursos de jornalismo também podem aprender muito com essas experiências que vêm sendo feitas *nas ruas e nas redes*, vide disciplinas, projetos experimentais, laboratórios e estágios realizados em conjunto entre os arranjos e as citadas universidades UFPE, Unicap, UFBA, Unijorge, Unime, Uneb, UESB, UFRB.

Além disso, em todos os casos, o acesso à universidade parece ter sido crucial para que esses trabalhadores se identificassem como jornalistas e que definissem a produção que fazem nos meios digitais como jornalismo. Para isso, políticas públicas de ascensão para o Ensino Superior, como o ProUni, demonstraram ser pontos de virada na história de vida de pelo menos um dos entrevistados dos arranjos, Carlos Gomes que, sem esse acesso, não teria cursado o nível universitário, segundo seu depoimento.

Ainda em relação às universidades, o discurso dos entrevistados evidenciou que, na

⁸² Nesse sentido, uma experiência de sucesso é a Cooperativa de Jornalistas e Gráficos do Estado de Alagoas (JorGraf), em que trabalhadores adquiriram a massa falida do *Jornal Tribuna de Alagoas* e, em regime cooperativo, fundaram o *Jornal Tribuna Independente*, em circulação já há 14 anos. Hoje, conta com mais de 50 cooperados, entre jornalistas, gráficos e outros técnicos. Sobre isso, ver: GROHMANN, R. n. Cooperativismo de plataforma e suas contradições: análise de iniciativas da área de comunicação no Platform.Coop. **Liinc em Revista**. V. 14, n. 1, 2018.

⁸³ No Brasil, estudos sobre cooperativismo de plataformas digitais vêm sendo desenvolvidos pelo Prof. Dr. Rafael Grohman, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), a partir do Laboratório de Pesquisa Digilabour. Sobre isso ver: <https://digilabour.com.br/> Acesso em: 21 jan. 2021.

maioria das vezes, o conhecimento técnico e as habilidades apreendidas para ser um jornalista inovador/empreendedor não foi contemplado pela grade curricular dos cursos de Jornalismo — sejam nas universidades públicas ou privadas — o que pode evidenciar a importância de se revisar os currículos dos cursos, uma vez que a formação universitária visa formar para a vida e para o mundo do trabalho.

Outro ponto positivo apresentado na fala dos entrevistados foi o crescimento, entre 2002 e 2014, do número de universidades públicas e de novos *campi* de universidades já existentes, garantindo, no que diz respeito à formação em comunicação, a interiorização e a criação de novos cursos e, assim, proporcionando a formação de novos profissionais que possam atuar também mais diretamente em seus territórios, além de gerar novos postos de trabalho na área.

Este foi o caso, apontado pelas fontes Pedro Caribé e André Santana, da chegada do curso de Rádio e TV em Feira de Santana, que acabou por atender a demandas do próprio movimento de comunicação local, muito forte na atuação com rádios comunitárias. E também foi o caso da chegada do curso de Jornalismo e outros cursos de comunicação com a criação da UESB em Vitória da Conquista que proporcionou, inclusive, a formação acadêmica dos jornalistas fundadores da *Revista Gambiarra*, além de parcerias deste arranjo com a própria universidade, *a posteriori*.

Embora não tenha sido um arranjo estudado nesta tese, vale ressaltar que se trata do mesmo caso da já anteriormente citada experiência da *Revista Afirmativa*, que surge no contexto da chegada do *campus* de Comunicação Social no interior⁸⁴, com o curso de Jornalismo em Cachoeira, no Recôncavo Baiano.

Assim, a relação entre as universidades e os arranjos jornalísticos revela *tensões* (*precariedade* na formação dos jornalistas; *precariedade* nas relações de trabalho com os estagiários), mas também acesso para formação, através de políticas públicas, além de possibilidades de experimentação e de retroalimentação dos conhecimentos.

Foi possível perceber maiores características de jornalismo colaborativo e em rede nos arranjos que se organizam de uma forma mais livre e orgânica, como o *Portal Itéia* e a *Revista Outros Críticos*. E é interessante ressaltar que ambos são arranjos criados por não-jornalistas de formação.

Ambos os arranjos também foram os únicos a demonstrarem preocupação em realizar um trabalho que represente *produção de memória*. Este é o caso do acervo/biblioteca digital do

⁸⁴ Em Pernambuco, o Campus Agreste da UFPE chega no município de Caruaru no ano de 2006 com vários cursos, dentre eles o de Comunicação Social com ênfase em mídias sociais e produção cultural. Entretanto, durante o período da pesquisa, não foram identificados arranjos de jornalismo independente naquele território.

Iteia e o caso da produção impressa da *Revista Outros Críticos*, cujo informante afirma ser o impresso como *permanência* e de *mais valia* em relação ao digital, além de trazer, em seu relato, a dimensão do afeto no cuidado e armazenamento dos materiais impressos.

Outro achado de pesquisa foi o do papel das organizações não-governamentais para estimular a criação desses grupos por meio de oficinas de formação; fortalecê-los a partir de projetos, parcerias, pesquisas, ações e, muitas vezes, ser um braço jurídico para que este possa ser viabilizado, caso dos arranjos que, produzindo mídia independente de modo *informal* (sem formalização), organizam-se como fundações ou organizações sem fins lucrativos para poder acessar recursos de editais públicos, de empresas e de fundos internacionais, como pessoa jurídica. A relação anterior com ONGs, movimentos sociais e espaços de experimentação nas universidades aparecem como condicionantes do surgimento dos arranjos, mas não enquanto estruturantes para sua continuidade.

As ONGs surgidas entre os anos 1970 (caso do Centro de Cultura Luiz Freire, em Olinda) e início dos anos 2000 (Cipó, Auçuba, MOC, Steve Biko, dentre outras lembradas ao longo das falas dos declarantes), sobretudo as ligadas à luta antirracista, à defesa dos direitos humanos, que atuam/atuavam com educomunicação e na luta pela democratização da comunicação, também parecem ter sido fundamentais como espaço organizativo dos movimentos sociais, proporcionando terreno fértil para o aparecimento de fóruns como o FNDC e o Coletivo Intervezes, em nível nacional, e Fopecom, em nível estadual, no caso de Pernambuco.

Além disso, tais ONGs demonstraram ser importantes articuladoras de ações que permitiram o surgimento e o fortalecimento de grupos como o próprio Instituto de Mídia Étnica (IME), que ancora as ações do *Portal Correio Nagô*. Como fiscalizadoras de políticas públicas, essas ONGs também contribuíram para que a sociedade civil alcançasse espaço de participação em GTs e conselhos de comunicação social — caso do Conselho Gestor da Sociedade Civil, da TV Pernambuco, e do Conselho de Comunicação Social do Governo da Bahia.

Direta ou indiretamente, as organizações não-governamentais proporcionaram também que os novos arranjos pudessem hoje ocupar grades de programação da radiodifusão pública e ser apoiados em projetos culturais por fomentos como o Funcultura, fundamentais na sustentabilidade de seu trabalho dos novos arranjos. Em Pernambuco, por exemplo, verificamos que todos os arranjos estudados acessam tal fomento como forma de sustentação financeira. A política pública dos pontos de cultura e as premiações de Ponto de Mídia Livre, em nível nacional, aparecem também nos discursos dos entrevistados como parte importante de suas

trajetórias, para além do fomento — como um reconhecimento da relevância do trabalho por eles realizados.

Também constatamos que, tal como o *pensamento nagô*, trazido por Sodré (2017), o movimento da mídia independente é circular. No geral, observamos que a maioria dos grupos e coletivos de mídia independente contam com um tempo de existência relativamente curto: surgem impulsionados por projetos estudantis ou editais, crescem, proliferam-se, depois são sufocados, muitas vezes por seus fundadores não conseguirem conciliar a atuação no arranjo com outro trabalho formal. Talvez, uma das respostas esteja mesmo em entender que esses grupos de mídia independente, tal qual o movimento social, estão sempre em *movimento*, em mudança, em expansão ou retração.

Além de se retroalimentar num movimento que envolve outros arranjos, setor público (especialmente como fomento), ONGs, escolas e universidades, esses arranjos estão em constante transformação. No caso dos *novos* arranjos aqui estudados, são experiências exitosas e consideradas inovadoras mesmo em circulação há mais de dez anos, maioria dos casos de nossa pesquisa. O êxito pode estar, justamente, na capacidade da *reinvenção*, do *re-arranjo* ao longo do tempo: ora blog, depois site, produtora ou ONG, reorganizando-se de formas criativas para se manter vivo ao longo do tempo — e acompanhando as necessidades do seu tempo, no que diz respeito ao trabalho com comunicação e jornalismo cultural.

De toda forma, o que acreditamos é que, para se pensar o futuro do trabalho do jornalista é preciso se olhar para frente, guiando-se pelos passos dos que vieram antes. Se o trabalho do jornalista mudou, o que podemos aprender com as experiências de outros coletivos e arranjos de trabalhadores, mesmo de não-jornalistas, e que podemos aplicar em nossas práticas? O que nos ensinam as experiências de outros agrupamentos de mídia independente que sempre existiram no Brasil, mesmo desde antes da imprensa oficial — produzindo conteúdo jornalístico a despeito de ciclos históricos democráticos ou autoritários?

Mais do que técnicas e tecnologias — que *caducam*, *enferrujam* e precisam ser trocadas ao longo do tempo — o que os resultados da pesquisa nos indicam é que a principal mudança a ser feita talvez seja nos modos de se *relacionar* com os outros — sejam seus pares, seus parceiros, suas equipes ou seus públicos. Estamos falando, mais uma vez, das *mediações*, do campo dos estudos culturais.

Olhando para trás e para a frente, como nos ensina a narrativa africana do Sankofa⁸⁵, é

⁸⁵ Narrativa da África Ocidental cuja representação simbólica é um pássaro que voa para frente, com a cabeça voltada para trás, segurando, em seu bico, um ovo que representa o futuro. O conceito pode ser traduzido, grosso modo, como: “não é tabu voltar atrás para buscar o que se esqueceu”.

possível se pensar em soluções criativas para o trabalho do jornalismo. Pois o processo de *ser criativo* é inerente ao próprio conceito de trabalho, que tem a ver com a capacidade de *criar*. Criemos, então, o jornalismo que queremos.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DAS FAVELAS — ANF. **ANF 20 anos**: o início da expansão pelo Nordeste a partir de Salvador. 2021. Disponível em: <https://www.anf.org.br/anf-20-anos-o-inicio-da-expansao-pelo-nordeste-a-partir-de-salvador/>. Acesso em: 15 jan. de 2021.
- AGÊNCIA PÚBLICA. **Mapa do Jornalismo Independente**. 2016. Disponível em: <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em: 30 jan. 2016.
- ALMA PRETA JORNALISMO. **Quem somos**. 2021. Disponível em: <https://almapreta.com/quem-somos/>. Acesso em: 10 jan. 2021.
- ALMEIDA, A. C. **Centro de Mídia Independente**: a mídia como ação direta. 2006. 182f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2006.
- ALONSO, A. D. **Novos jornalistas no Brasil**: casos de processos emergentes de jornalistas na Internet. 2011. 149f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Paulo, 2011.
- ANTUNES, R. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo, 2018.
- ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2009.
- ARAÚJO, V. T. **Imprensa negra na Internet**: enquadramentos dos conteúdos produzidos pelos sites Correio Nagô, Mundo Negro e Afro Z. 2019. 173f. Tese (Doutorado em Comunicação) — Universidade Metodista de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, São Bernardo do Campo, 2019.
- BALDIN, N.; MUNHOZ, E. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: **X Congresso Nacional de Educação-Educere / I Seminário Internacional de Representações Sociais, Subjetividade e Educação-Sirsse - PUC-PR**, Curitiba, 7-10/11/2011. Disponível em: http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4398_2342.pdf. Acesso em: 10 nov. 2018.
- BARBALHO, A. Políticas Culturais no Brasil: identidade e diversidade sem diferença. In: **ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**, 3., 2007, Salvador. **Anais...** Salvador, Faculdade de Comunicação/UFBA, 2007.
- BARBOSA, M. **História da Comunicação no Brasil**. Rio de Janeiro: Vozes, 2013.
- BARROS, J. V. **Conglomerados midiáticos regionais**: os meios de comunicação como meios de produção na territorialização do capital. 2019. 206f. Tese (Doutorado em Comunicação) — Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em

Ciências da Comunicação, São Paulo, 2019.

BAUMAN, Z. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BENJAMIN, W. O narrador. In: BENJAMIN, W. **Magia e Técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

BENTES, I. **Mídia-Multidão**: estéticas da comunicação e biopolíticas. Rio de Janeiro: Mauad X, 2015.

BLOG JORNALISMO NAS AMÉRICAS. 2016. Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/>. Acesso em: 11 set. 2016.

BOURDIEU, P. The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field. In: BENSON, R., NEVEU, E. **Bourdieu and The Journalistic Field**. Cambridge: Polity Press, 2005.

BUARQUE, S. C. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável**. Material para orientação técnica e treinamento de multiplicadores e técnicos em planejamento local e municipal. Brasília, DF: IICA, 1999.

BUCCI, E. Caso Radiobrás: compromisso com a verdade no jornalismo de uma empresa pública. In: DUARTE, J. (Org.). **Comunicação Pública**. Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Editora Atlas, 2007. p. 192-200.

CABALLERO, F.S. Ciudadanía, comunicación y gobernanza local: consideraciones para una nueva política de lo común. In: CABALLERO, F.S. *et al.* (Orgs.). **Políticas de Comunicação e da Cultura**: contribuições acadêmicas e intervenção social. São Paulo: Casa das Musas, 2008.

CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas**. Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2008.

CANCLINI, N. G. Reconstruir políticas de inclusão na América Latina. In: UNESCO BRASIL. **Políticas culturais para o desenvolvimento**: uma base de dados para a cultura. Brasília: Unesco Brasil, 2003.

CANCLINI, N. G. Culturas Híbridas y estrategias comunicacionales. In: SEMINARIO FRONTERAS CULTURALES, 1996. Identidad y comunicación em América Latina. **Anais...** Stirling (Escócia): Universidade de Stirling, 1996.

CARIBÉ, P. **Pedro Caribé**: depoimento oral [jan. 2015]. Entrevistadora: Mariana Reis. Salvador.

CASTELLS, M. **Ruptura**: a crise da democracia liberal. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

CASTELLS, M. **Anatomia de uma revolução**. 2011. Disponível em: <http://www.eagora.org.br/arquivo/anatomia-de-uma-revolucao>. Acesso em: 20 fev. 2011.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. A era da informação: economia, sociedade e Cultura.

São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CHAGAS, G. **Rádiodifusão no Brasil**. Poder, Política, Prestígio e Influência. São Paulo: Atlas, 2012.

COLETIVO NIGÉRIA. **Quem somos**. 2019. Disponível em: <http://nigeriafilmes.com/quem-somos/>. Acesso em: 15 jan. 2019.

COLETIVO TURURU. **Sobre**. Disponível em: <https://www.facebook.com/ColetivoForcaTururu/>. Acesso em: 15 jan. 2019.

CORNU, D. **Jornalismo e Verdade**: por uma ética da informação. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.

CORREIA, J. C. Novo Jornalismo: CMC e Esfera Pública. In: CORREIA, J.C., FIDALGO, A., SERRA, P. (Orgs.) **Informação e Comunicação Online**. V. 3. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2003.

DAVIS, A. **Mulheres, raça e classe**. São Paulo: Boitempo, 2016.

DESABAFO SOCIAL. **Quem somos**. Disponível em: <https://desabafosocial.com.br/quem-somos/> Acesso em: 12 jan. 2020.

DINIZ, A. T. M. **O que é um autor na reportagem**: diálogos entre ética, singularização e pontos de vista no discurso jornalístico. 2018. 155f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2018.

DOWNING, J. **Mídia radical**. São Paulo: Editora Senac, 2002.

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO — EBC. **Sobre a EBC**. 2017. Disponível em: www.ebc.com.br. Acesso em: 16 fev. 2017.

ESTEVES, J. P. Internet e Comunicação Política: um novo desafio à democracia. **Intexto**. Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 17, p. 1-12, jul./dez. 2007.

EPC. **Quem somos**. Disponível em: <https://portalepc.com.br/quem-somos/>. Acesso em 15 de janeiro de 2020.

FAVELA NEWS. **Quem somos**. 2019. Disponível em: <http://www.favelanews.org/>. Acesso em: 19 jan. 2019.

FERNANDES, A. **Perseguindo um sonho**: a história da fundação da primeira agência de notícias de favelas do mundo. 3. ed. Rio de Janeiro: ANF, 2018.

FIGARO, R. **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às grandes corporações de mídia**. São Paulo: CPCT, 2018.

FIGARO, R. Atividade de comunicação e de trabalho. **Trabalho, educação e saúde**. Rio de Janeiro, v. 6, n. 1, p. 107-145, mar./jun. 2008.

FÍGARO, R; LIMA, C. Novos “Arranjos Econômicos” Alternativos para a Produção Jornalística. **Contemporânea**, v. 15, n. 1, 2017.

FIGARO, R; LIMA, C; GROHMANN, R **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

FLORES, R. **Rafael Flores**: depoimento oral [jan. 2019]. Entrevistadora: Mariana Reis. Vitória da Conquista.

FLORO, P. **Paulo Floro**: depoimento oral [mar. 2019]. Entrevistadora: Mariana Reis. Recife.

FNDC. **Quem Somos**. 2019. Disponível em: <http://fndc.org.br/forum/quem-somos/>. Acesso em: 13 jan. 2019.

FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. **Manifestações de março de 2015**. Fundação Perseu Abramo, 2015.

FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. **Pesquisa de Opinião Pública**: Democratização da Mídia. Fundação Perseu Abramo, 2013.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOHN, M. G. **História da luta dos movimentos e lutas sociais**: a construção da cidadania dos brasileiros. 8. ed. Rio de Janeiro: Loyola, 1995.

GOHN, M. G. **Manifestações de Junho de 2013 no Brasil e Praças dos Indignados no Mundo**. Petrópolis: Vozes, 2014.

GOHN, M. G. **Movimentos Sociais no século XXI**. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

GOMES, C. **Carlos Gomes**: depoimento oral [abr. 2019]. Entrevistadora: Mariana Reis. Recife.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere**. Os intelectuais. O princípio educativo. O jornalismo. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

GROHMANN, R. N. Cooperativismo de plataforma e suas contradições: análise de iniciativas da área de comunicação no Platform.Coop. **Liinc em Revista**, v. 14, n. 1, 2018.

GUERREIRO, J. Política Cultural de Inserção Social? In: BARBOSA, F.; CALABRE, L. **Pontos de Cultura**: olhares sobre o Programa Cultura Viva. Brasília: IPEA, 2011.

HALL, S. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. 2. ed. Belo Horizonte: UFMG, 2013.

INSTITUTO MÍDIA ÉTNICA — IME. **Quem somos**. 2019. Disponível em: <https://midiaetnica.ning.com/> Acesso em: 21 jan. 2019.

INTERVOZES. **Quem Somos**. 2019. Disponível em: <https://intervozes.org.br/quem-somos/>. Acesso em: 13 jan. 2019.

JARA, C. J. **As dimensões intangíveis do desenvolvimento sustentável**. São Luís: IICA, 2001.

JATOBÁ, P. **Pedro Jatobá**: depoimento oral [jan. 2019]. Entrevistadora: Mariana Reis. Salvador.

JORNALISTAS LIVRES. **Quem somos**. 2016. Disponível em: <https://jornalistaslivres.org/quem-somos/>. Acesso em: 30 jun. 2016.

KUCINSKI, B. **Jornalistas e Revolucionários**: nos tempos da imprensa alternativa. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2001.

LACERDA, D. M. **O jornalismo digital independente no Brasil e a busca da credibilidade perdida**. 2016. 122f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Universidade Federal de Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Centro de Artes e Comunicação, Recife, 2016.

LELO, T. V. **Reestruturações produtivas no mundo do trabalho dos jornalistas**: precariedade, tecnologia e manifestações da identidade profissional. 2019. 230f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) — Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, 2019.

LIMA, C. C. N. **Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação**: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão. 2015. 250f. Tese (Doutorado em Comunicação) — Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Paulo, 2015.

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

LIMA, V. **Existe Jornalismo Independente?** 2016. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/existe_jornalismo_independente/. Acesso em: 08 set. 2016.

LIMA, V. **Regulação das comunicações**: história, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011.

LOPES, M. I. V. Quem tem medo da pesquisa empírica? [Palestra] In: **Intercom-Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2011, Recife. Recife: Unicap, 2011.

LOPES, M. I. V. A perspectiva teórica e metodológica das mediações. In: PERUZZO, C.; PINHO, J.B. (Orgs.). **Comunicação e Multiculturalismo**. São Paulo: Intercom; Manaus: Ed.Univ. do Amazonas, 2001.

MACIEL, A. Z. **Narradores do Contemporâneo**: jornalistas escritores e o livro-reportagem no Brasil. 2018. 310f. Tese (Doutorado em Comunicação) — Universidade Federal de Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Centro de Artes e Comunicação, Recife, 2018a.

MACIEL, D. E. F. **A rebelião do público-alvo e a crise da tecnologia social de pacificação: luta no Programa Fábricas de Cultura**. 2018. 144f. Tese (Doutorado em Comunicação) — Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Paulo, 2018.

MARCO ZERO CONTEÚDO. **Sobre**. Disponível em: <https://marcozero.org/sobre/>. Acesso em 12 de junho de 2019.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

MATTOS, F. **A comunicação social na Revolução dos Alfaiates**. 2. ed. Salvador: Assembleia Legislativa do Estado da Bahia: Academia de Letras da Bahia, 1998.

MCCARTHY, M. **Journalism that facilitates public discourse and engagement: an examination of crowd-funded reporting**. 2012. 116f. Thesis (Master of Arts in Mass Communication) — California State University, California, 2012.

MEDINA, C. **A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano**. São Paulo: Summus, 2003.

MENEZES, J. **Jamile Menezes: depoimento oral** [abr. 2019]. Entrevistadora: Mariana Reis. Salvador.

MICK, J; LIMA, S. **Perfil do Jornalista Brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012**. Florianópolis: Insular, 2013.

MÍDIA NINJA. **Quem somos**. 2020. Disponível em: <https://midianinja.org/quem-somos/>. Acesso em: 10 abr. 2020.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: HUCITEC; Rio de Janeiro: ABRASCO, 1996.

MOREIRA, S. V. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, J; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

MORAES FILHO, I. **A privatização das ondas do ar: regulação da radiodifusão no Brasil e nos Estados Unidos**. 2015. 185f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2015.

MORAES FILHO, I. “O que temos em comum”. A democratização da comunicação como desafio. In: REIS, M. F.; ALENCAR, R. S. A. (Orgs.). **Existir e Resistir: 45 anos de luta pela radicalização da democracia**. 1. ed. Olinda: Centro de Cultura Luiz Freire, 2018.

MORETZSOHN, S. **Pensando contra os fatos: jornalismo e cotidiano, do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

NUNES, M.V.; OLIVEIRA, C. T. F. Curso de Graduação em Jornalismo da Terra: construindo uma outra comunicação pela vivência de uma cidadania insurgente. **Intercom — RBCC São**

Paulo, v. 39, n. 3, p.19-36, set./dez. 2016.

OLIVEIRA, T. B de. **O novo engajamento cultural**: militância e trabalho com políticas públicas em São Paulo. 2018. 254f. Tese (Doutorado em Comunicação) — Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Paulo, 2018.

OLIVIERI, C. G. **Cultura Neoliberal**: leis de incentivo como política pública de cultura. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso**: Princípios e Procedimentos. 9. ed. Campinas: Pontes Editores, 2010.

ORTIZ, R. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

PAIVA, R. **O Espírito Comum**: comunidade, mídia e globalismo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

PERUZZO, C. O processo de participação na comunicação popular e comunitária. In: THORTON, R.; CIMADEVILLA, G. (Orgs.). **Usos y abusos del participar**. Buenos Aires: Ediciones Inta, 2010.

PERUZZO, C. Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas. In: CABALLERO, F.S. *et al.* (Orgs.). **Políticas de Comunicação e da Cultura**: contribuições acadêmicas e intervenção social. São Paulo: Casa das Musas, 2008.

PERUZZO, C. Comunidades em tempos de redes. In: PERUZZO, C.; COGO, D.; KAPLÚN, G. (Orgs.). **Comunicación y movimientos populares**: ¿quais redes? Porto Alegre: Unisinos, 2002. p. 275 – 298.

PERUZZO, C. **Comunicação comunitária nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.

PEREIRA FILHO, F. J. B. **Caros Amigos e o resgate da imprensa alternativa no Brasil**. São Paulo: Annablume, 2004.

PINHEIRO, J. de J. **Alma Preta e Afirmativa**: experiências contemporâneas de mídias negras na luta contra o racismo. 2019. 177f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Centro de Artes, Humanidades e Letras, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cachoeira, 2019.

PINTO, A. F. M. **De pele escura e tinta preta**: a imprensa negra do século XIX. 2007. 197f. Dissertação (Mestrado em História) — Universidade de Brasília, Instituto de Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História, Brasília, 2007.

PIZA, D. **Jornalismo Cultural**. 4 ed. São Paulo: Contexto, 2011.

PORTAL CORREIO NAGÔ. **Sobre**. 2019. Disponível em: <https://correionago.com.br/sobre-o-correio-nago/>. Acesso em: 13 jan. 2019.

PORTAL ITEIA. **Quem somos**. 2019. Disponível em: <https://iteia.org.br/>. Acesso em: 15 jan.

2019.

PORTAL SOTEROPRETA. **Sobre Nós.** 2019. Disponível em: <https://portalSoteroPreta.com.br/sobre-nos/>. Acesso em: 20 jan. 2019.

PRYSTHON, A. **Cosmopolitismos periféricos: ensaios sobre modernidade, pós-modernidade e estudos culturais na América Latina.** Recife: Bagaço, 2002.

QUEIROGA, E. **Coletivos Fotográficos Contemporâneos.** Curitiba: Appris, 2015.

QUEIROZ, N. **Direitos em bits: redes sociais, comunicação e incidência política na Marcha das Vadias Recife e no Movimento Ocupe Estelita.** 2018. 251f. Tese (Doutorado em Comunicação) — Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2018.

REIS, M. F. **Comunicação, Cultura e Mobilização Comunitária.** Curitiba: Appris, 2018.

REIS, M. F.; ALENCAR, R. S. A. (Orgs.). **Existir e Resistir: 45 anos de luta pela radicalização da democracia.** 1. ed. Olinda: Centro de Cultura Luiz Freire, 2018.

REBOUÇAS, E. A participação da sociedade civil nos debates da comunicação 20 anos pós-Constituição. In: CABALLERO, F.S., et.al. **Políticas de Comunicação e da Cultura: contribuições acadêmicas e intervenção social.** São Paulo: Casa das Musas, 2010.

REVISTA AFIRMATIVA. **Quem Somos.** 2020. Disponível em: <https://revistaafirmativa.com.br/quem-somos/>. Acesso em 20 de janeiro de 2020.

REVISTA GAMBIARRA. **Quem somos.** 2019. Disponível em: <https://revistagambiarra.com.br/site/quem-somos/>. Acesso em: 17 jan. 2019.

REVISTA O GRITO! **Quem somos.** 2019. Disponível em: <https://www.revistaogrito.com/quem-somos/>. Acesso em: 22 jan. 2019.

RIZEK, C. S. Viração e trabalho: algumas reflexões sobre dados de pesquisa. **Estudos de Sociologia**, Araraquara, v. 11, n. 21, p. 49-58, 2006.

RUBIM, A. A. C. Políticas Culturais no Brasil: itinerários e atualidades. In: BOLAÑO, C., GOLIN, C., BRITTOS, V. (orgs). **Economia da Arte e da Cultura.** São Paulo: Itaú Cultural, 2010.

RUBIM, A. A. C. Políticas Culturais do Governo Lula/Gil: Desafios e enfrentamentos. In: RUBIM, A. A. C.; BAYARDO. R. (Orgs.) **Políticas Culturais na Ibero-America.** 2. ed. Medellín: Universidad Nacional de Colombia, 2008.

RUBIM, A. A. C. Políticas Culturais no Brasil: tristes tradições e enormes desafios. In: RUBIM, A.A.C.; BARBALHO, A. (Orgs.). **Políticas Culturais no Brasil.** Salvador: EDUFBA, 2007.

SANTANA, A. **André Santana:** depoimento oral [jan. 2019]. Entrevistadora: Mariana Reis. Salvador.

SANTOS, B. de S. **O fim do império cognitivo**. A afirmação das epistemologias do Sul. Belo Horizonte: Autêntica, 2019.

SANTOS, B. de S. **Democratizar a Democracia**. Os caminhos da democracia participativa. Porto: Afrontamento, 2002.

SANTOS, M. S. A. **Meu tempo é agora**. 2. ed. Salvador: Assembleia Legislativa da Bahia, 2010.

SODRÉ, M. **Pensar Nagô**. Petrópolis: Vozes, 2017.

SODRÉ, M. **Claros e Escuros**. Identidade, povo, mídia e cotas no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2015.

SODRÉ, M. **A ciência do comum**. Petrópolis: Vozes, 2014.

SODRÉ, M. **A narração do fato**. Notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.

SODRÉ, M. **História da imprensa no Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro - RJ: Mauad, 1999.

TAUK SANTOS, M.S. **Comunicação Rural**: do difusionismo Tecnológico ao Desenvolvimento Local. Recife: Prorenda Rural, Coletânea de Palestras, 2002.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: Porque as notícias são como são. Volume 1. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, N. **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Florianópolis: Insular, 2016.

TURINO, C. **Ponto de Cultura**: o Brasil de baixo pra cima. São Paulo: Anita Garibaldi, 2009.

VASAPOLLO, L. A precariedade como elemento estratégico determinante do capital. **Pesquisa & Debate**, São Paulo, v. 16, n.2, ed. 28, p. 368-386, 2005.

WILLIAMS, R. **Cultura e Materialismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

YIN, R. **Pesquisa Estudo de Caso** — desenho e métodos. Porto Alegre: Bookman, 1994.

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTAS

DOCUMENTO DE PESQUISA 1

INTRODUÇÃO –

TRAJETÓRIA –

CONTE UM POUCO SUA TRAJETÓRIA PROFISSIONAL ou como chegou até aqui?
(Preencha os dados abaixo na medida em que o entrevistado for revelando sua experiência de vida)

1. Nome
2. Idade
3. Onde nasceu
4. Raça/Etnia
5. Religião
6. Orientação Sexual
7. Pertença à Comunidade Tradicional
8. Profissão dos pais
9. Cidade onde reside atualmente:
10. Nível de escolaridade, (se superior) curso, onde se formou?
11. Profissão?
12. Há quanto tempo está no mercado de trabalho?
13. Há quanto tempo trabalha nesta profissão?
14. Tem alguma vinculação política (participa de movimentos, associações, é sindicalizado, filiado a um partido político)?
15. Além do trabalho exercido no arranjo, exerce outras atividades de trabalho em outros locais?
Se sim, quais são?
16. O que o/a motiva a atuar nesta iniciativa?

CONHECENDO O ARRANJO

- 17 - Conte um pouco a história desta iniciativa:

- a) Quando foi fundada essa iniciativa/arranjo?
 - b) Quem são os responsáveis pela fundação?
 - c) Quem são os responsáveis hoje?
 - d)- Horário de funcionamento?
18. Como a iniciativa é formalizada (ONG, OSCIP, empresa, negócio social, MEI, ME, fundação, informal)?
19. O que motivou a criação desta iniciativa/arranjo?
20. Como vocês se estruturam?
21. Quantas pessoas trabalham aqui?
22. Quem são essas pessoas, de modo geral?
- 22.a. São jornalistas de formação?
- 22.b. Contribuem constantemente para este veículo/mídia?
- 22.c. Todos moram na cidade onde fica localizado o arranjo? Se não, de onde são?
23. Qual é o tipo de vínculo de trabalho vocês têm com a iniciativa/arranjo?
24. Quais as formas de sustentabilidade da iniciativa/arranjo?
25. Como vocês organizam as finanças?
26. Quem são as pessoas ou instituições que contribuem financeiramente com o arranjo?
27. Acessam políticas públicas como forma de sustentabilidade? Se sim, quais?
28. Existe algum tipo de relação com o território/os territórios (escolhas editoriais, projetos de sustentabilidade, incentivo à contratação local)?

TIPO DE ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

29. Como definem o que fazem? Produzem jornalismo? Que tipo de jornalismo produzem?
30. Além de produção de conteúdo jornalístico, o arranjo atua em outras atividades? Se sim, quais?
31. Existe alguma política editorial que guie a produção do trabalho de vocês?
32. Quais as principais temáticas abordadas?
33. O conteúdo produzido é próprio ou há aproveitamento de conteúdo vindo/obtido de outras fontes?
34. Por outro lado, como é feita a circulação/distribuição do conteúdo produzido por vocês?
35. Sobre autoria: as produções jornalísticas são assinadas de forma individual ou coletiva?
36. Há diferença entre o jornalismo que praticam e o da mídia tradicional? Em caso afirmativo, quais?

37. Quais as diferenças entre trabalhar na mídia tradicional e trabalhar nessa iniciativa?
38. O que faz com que as pessoas queiram trabalhar nesse tipo de iniciativa/arranjo?
39. As pessoas se veem como trabalhadores?
40. Quais são as ferramentas utilizadas para produção do trabalho (computador, celular, tablet...)?
41. Os equipamentos para o trabalho jornalístico são oferecidos pela Iniciativa OU Pertencem ao trabalhador?
42. Quais são as habilidades requeridas para exercer esse trabalho?
43. Tais habilidades foram aprendidas num curso de educação formal ou informal? Se sim, explique:

SOBRE COMO TRABALHAM

44. Como as pessoas são selecionadas para trabalhar neste arranjo? Qual o perfil delas?
45. Que função você exerce nesta iniciativa?
46. Descreva a função das pessoas que trabalham neste arranjo?
47. Como são as rotinas de trabalho na iniciativa/arranjo?(horários, divisão de tarefas, reuniões)
48. Como você faz seu trabalho? (descrever como faz o trabalho no dia a dia)
49. Você tem carga horária fixa na iniciativa? Quanto tempo dedica (horas diárias, dias etc.) ao seu trabalho aqui?
50. Como são escolhidas as pautas e divididas as atividades?
51. Como você se organiza para cumprir a pauta e fazer seu trabalho jornalístico?
52. Como você se relaciona com os jornalistas de outras iniciativas?
53. Como você se relaciona com o público que interage e participa das publicações?
54. Como vê a iniciativa/arranjo nos próximos anos?
55. Podemos chamar esse arranjo de alternativo e independente dos conglomerados de mídia?
56. Você classificaria esse arranjo como empreendedor? Por quê?
57. Você classificaria esse arranjo como inovador? Por quê?