

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO EM
DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

Vanessa Costa de Oliveira

**A CONFIGURAÇÃO DA FORMA CULTURAL DO JORNALISMO
INDEPENDENTE NOS TERRITÓRIOS LATINO-AMERICANOS**

Santa Cruz do Sul
2021

Vanessa Costa de Oliveira

**A CONFIGURAÇÃO DA FORMA CULTURAL DO JORNALISMO
INDEPENDENTE NOS TERRITÓRIOS LATINO-AMERICANOS**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado, Área de Concentração em Desenvolvimento Regional, Linha de Pesquisa em Organizações, Mercado e Desenvolvimento, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Desenvolvimento Regional.

Orientadora: Profa. Dra. Ângela Cristina Trevisan Felippi

Santa Cruz do Sul
2021

CIP - Catalogação na Publicação

Oliveira, Vanessa Costa de

A configuração da forma cultural do jornalismo independente nos territórios latino-americanos / Vanessa Costa de Oliveira. – 2021.

339 f. : il. ; 29 cm.

Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) – Universidade de Santa Cruz do Sul, 2021.

Orientação: Profa. Dra. Ângela Cristina Trevisan Felippi.

1. Jornalismo independente. 2. Territórios latino-americanos. 3. Estudos Culturais. 4. Circuito da cultura. 5. Comunicação e Desenvolvimento. I. Felippi, Ângela Cristina Trevisan. II. Título.

Vanessa Costa de Oliveira

**A CONFIGURAÇÃO DA FORMA CULTURAL DO JORNALISMO
INDEPENDENTE NOS TERRITÓRIOS LATINO-AMERICANOS**

Esta tese foi submetida ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional– Mestrado e Doutorado; Área de Concentração em Desenvolvimento Regional; Linha de Pesquisa em Organizações, Mercado e Desenvolvimento, Universidade de Santa Cruz do Sul–UNISC, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Desenvolvimento Regional.

Dra. Ângela Cristina Trevisan Felippi
Professora orientadora – UNISC

Dr. Marco André Cadoná
Professor examinador – UNISC

Dr. Rogério Leandro Lima da Silveira
Professor examinador – UNISC

Dra. Ana Carolina Damboriarena Escosteguy
Professor examinador – UFSM

Dr. Gabriel Kaplún
Professor examinador – Universidad de la República

Santa Cruz do Sul
2021

AGRADECIMENTOS

Dizem por aí que o processo de pesquisa da tese é solitário, mas não é bem assim. De fato, a leitura, a reflexão e a escrita exigem um esforço que na imensa maioria das vezes é solitário, e que exige de cada mestrando e doutorando, individualmente, a superação de diferentes dificuldades. E é aí que esse percurso deixa de ser solitário, porque se não fosse a existência de uma rede de suporte e apoio, a realização dessas pesquisas seria ainda mais difícil. Sendo assim, há muito o que agradecer.

No caso desta tese, ela não teria nem iniciado não fosse uma bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). É preciso reconhecer e agradecer esse privilégio, em tempos tão duros para a pesquisa científica no Brasil. Da Capes tive duas bolsas: uma que possibilitou a realização desse doutorado e outra que proporcionou uma das minhas experiências mais transformadoras: o estágio de doutorado sanduíche no exterior, realizado na Universidad Javeriana, em Bogotá-Colômbia. Agradeço à Capes desejando que em um futuro não tão distante a pesquisa seja reconhecida no Brasil como estratégia de desenvolvimento de um país mais justo e menos desigual.

Agradeço aos professores do PPGDR-UNISC por todo aprendizado e troca, dentro e fora das salas de aula, especialmente a cada leitura atenta e comentário nos seminários de tese, que foram dando a forma inicial desta pesquisa. Um agradecimento especial à minha super orientadora Ângela Felippi. Agradecer tuas orientações e teu olhar cuidadoso ao vigor do trabalho é pouco. Em tempos tão difíceis para a saúde mental de pós-graduandos, é preciso agradecer e muito a tua sensibilidade, preocupação e delicadeza, a maneira gentil e respeitosa com que me orientou durante seis anos (mestrado e doutorado). A ti Ângela, meu agradecimento, respeito, carinho e admiração pela mulher que és (e tudo que ser mulher e pesquisadora implica). Ser tua orientanda é um alento.

Agradeço também aos entrevistados para esta tese, pela sua disponibilidade. No percurso de pesquisa não é raro nos depararmos com negativas, com datas que nunca encaixam ou, o que é pior, com o silêncio diante das tentativas de contato. Se, de um lado, houve algumas dificuldades, de outro, teve entrevistados que responderam gentilmente meus questionamentos enquanto almoçavam, porque era o único horário possível; teve entrevistado que depois de um imprevisto me procurou em meio a um evento para que pudéssemos, enfim, sentar e conversar; teve entrevistado que estava com sinal ruim de internet em casa e saiu em busca de *wi-fi* para que pudéssemos realizar a entrevista em uma chamada de Whatsapp. A vocês, meu muito

obrigada, reconhecimento e respeito pelo jornalismo que praticam e pelos movimentos que impulsionam na América Latina.

Aos meus amigos, meu agradecimento por compartilharem tantos bons momentos da vida, que muitas vezes aliviavam as tensões da pesquisa. À minha turma de doutorado de 2017 do PPGDR, pela vida acadêmica compartilhada sempre regada à sorrisos e parcerias, melhor ainda quando acompanhadas de um chopp em Santa Cruz do Sul. Aprendi muito com cada um desses colegas, de lugares e áreas tão distintas, com experiências de vida tão diversas.

É preciso dedicar um espaço muito especial às pessoas que tive a sorte de conhecer na Colômbia. O sonho da experiência de um doutorado sanduíche é compartilhado por muitos doutorandos como uma oportunidade acadêmica e pessoal única, enriquecedora e encantadora. E de fato é assim. Mas pouco se fala sobre como pode ser difícil, e é, o período de adaptação em outro país, longe da família, amigos e colegas, longe da nossa zona de conforto. E eu pude contar, desde a chegada no aeroporto, com uma família colombiana incrível. À Constanza, Fábio Alberto e Maria José López, *gracias por todo*. Minha mãe chegou ao contato dessa família, por meio de um movimento católico de casais, do qual ambos fazem parte. No e-mail, semanas antes de eu viajar para Bogotá, minha mãe pediu que eles fossem um contato para mim na cidade, durante os seis meses do intercâmbio. Não nos conhecíamos, não tínhamos conhecidos em comum e também não tivemos nenhum intermediário, mas esse e-mail foi respondido com receptividade, me convidando para passar os primeiros dias na casa deles. Constanza e Fábio me receberam já no aeroporto com um abraço caloroso, Maria José dividiu os pais e a casa comigo durante meu primeiro mês em Bogotá. Sim, a estadia que deveria ser por uns dias se tornou um mês. Eles foram muito mais que um simples contato. Como eles dizem, *son mi hogar en Bogotá*, e a eles eu sou completamente grata.

Na Universidad Javeriana também fui acolhida. Sou grata a receptividade dos professores e funcionários, *por toda su amabilidad*. Destaco Juan Ramos Martín, por abrir as portas do Doutorado em Comunicación, Lenguaje e Información, Daniel Valencia, Juan Carlos Valencia e Maria Urbanczyk, pela receptividade e amizade; e Claudia Pilar García, Óscar Fonseca e Patricia Bernal, pelos momentos de descontração compartilhados *en nuestra oficina*. Foi também na Javeriana que tive meu suporte para o desenvolvimento da tese, com a querida Maryluz Vallejo Mejía, minha *directora de tesis*, na Colômbia. Que honra contar com o suporte de uma referência como jornalista e pesquisadora. Maryluz me acolheu, orientou, e foi fundamental para abrir portas e estabelecer contatos para a realização do campo da tese. À Maryluz, meu muito obrigada pelo aprendizado e pelo carinho de sempre, e minha admiração pela profissional e pessoa que és.

A Javeriana, que foi minha segunda casa durante os seis meses de doutorado sanduíche me presenteou com outra pessoa muito especial. A María Patrícia Téllez foi, desde meu primeiro dia na universidade, uma amiga, a primeira amiga que fiz em Bogotá. Maryluz a apresentou a mim como “*nuestra embajadora de Brasil*”. Que sorte a minha. Em um minuto de conversa já tínhamos identificado conhecidos em comum no Brasil. Foi a Patricia que me ensinou sobre o transmilênio e a como me locomover naquela cidade imensa, foi ela quem me apresentou a universidade, os colegas de *oficina*. Dividimos a sala, fomos vizinhas de mesa e de bairro, dividimos almoços, cinemas, passeios e eventos. A Patricia, mesmo sendo colombiana, era meu pedacinho de Brasil em Bogotá, era quem me recebia com um “Bom dia”, em português mesmo, na universidade. Dizer obrigada nunca vai ser suficiente diante da importância afetiva que ela teve para mim nesse período.

Aos meus *roommates* em Bogotá, também meu agradecimento. Quando mudamos os três para o bairro *La Merced* eu não tinha ideia de como seria essa convivência. Com David Stei, o alemão mais colombiano desse mundo, aprendi sobre aventurar-se e sobre liberdade, aprendi sobre simplicidade, aprendi sobre as riquezas da América Latina pelos olhos de um europeu, e aprendi que o mundo é nossa casa. Já em Sandra Katherine Romero, a *Kathe*, encontrei, ao contrário, a colombiana mais alemã. Kathe ainda me ensina sobre persistência, coragem e resiliência, foi quem me mostrou a beleza e a dureza de ser colombiano. Aos meus dois *roommates*, obrigada por toda convivência, pelo respeito e pelas conversas intermináveis sobre política na Alemanha, Brasil, Colômbia e América Latina, obrigada pela vida e pelos mundos que me apresentaram. Ao David, pela *cheveridad*, à Kathe, em especial, *por la amistad, la amabilidad y el cariño*.

Por fim, um obrigada cheio de amor e gratidão às quatro pessoas que estiveram ao meu lado, segurando minha mão, durante os quatro anos de doutorado. Ao Vinícios, um dos meus grandes incentivadores, obrigada pela presença constante, mesmo distante. A ti, meu amor, meu muito obrigada pela tua disponibilidade aos meus muitos pedidos de ajuda. “Acha esse livro para mim?”, “Me ajuda com esse mapa?”, “Pode ajustar essa figura?”, “Consegue encontrar esses dados?”, “Lê esse capítulo e vê se tem sentido?”, “Me dá uma ideia: pensei em organizar assim esse capítulo/seção, não fica confuso?”, “Não sei como fazer isso!”, “Estou cansada, esgotada”, entre tantos outros pedidos e exclamações. E tu sempre esteve ali, pronto para ler, sugerir, ajudar e com algo a dizer, e sempre me lembrar o quanto eu sou capaz. Tu foste ajuda, apoio e incentivo, e também foi colo, compreensão e amor.

Aos meus pais e meu irmão, muito obrigada mil vezes. Depois de alguns anos morando em cidades diferentes, seguidos de seis meses afastados, durante o período em que estive em

Bogotá, veio a pandemia e voltamos a estar os quatro em casa juntos, sete dias por semana. À Maristela e Laerte, meus pais, obrigada por respeitarem, especialmente nesse último ano pandêmico, meu espaço, meu tempo de trabalho na tese e meu silêncio. Obrigada pelo incentivo e confiança de sempre; obrigada pelo apoio financeiro, obrigada por mostrarem, desde sempre, a importância da educação e da busca do conhecimento, seja ele formal ou informal. Chegar ao doutorado seria impossível sem as decisões e os investimentos que vocês fizeram. Obrigada por serem sempre o porto seguro durante as tempestades, e por serem vibração e orgulho nas conquistas.

Por fim um agradecimento ao Valentin, meu irmão. Quando comecei o doutorado fomos morar juntos, só os dois, e a partir dali se intensificou algo muito próprio da nossa relação, que é identificar o que o outro precisa. Foram muitas as vezes em que eu estava escrevendo a tese e ele chegou ao meu lado e perguntou “posso te ajudar?”, e em algumas dessas vezes ele ajudou, fosse com a facilidade com o inglês, que agilizava meu processo de escrita ou até conversando sobre alguma questão ou conceito da tese, o que me fazia pensar em voz alta e com que eu conseguisse me expressar melhor no texto. Obrigada Tin, pelo teu afeto, preocupação e sintonia.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001 (PROSUC-CAPES - 88887.153662/2017-00).

O período de Doutorado Sanduíche no exterior foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001 (PDSE-CAPES - 88881.362102/2019-01).

“[...] imaginamos un territorio del nosotros, en el que contamos historias de significantes vacíos y también las diversas escuchas, con unas escrituras de la urgencia desde las que reflexionamos en los intersticios, in between, que nos permiten pensar estas sociedades de la seguridad, del control, de los miedos y los medios. Queremos ir de la ninguneada social a la que se ven abocadas las ciudadanía social y culturales hasta la reinvención de unas agendas que den cuenta de nuestros países en su cotidianidad; unas agendas que jueguen entre pensar futuro y producir memoria; unas agendas que reconozcan el activismo ciudadano y la experimentación digital metiéndole pueblo, realidad, emoción, vida a la academia”.

Jesús Martín-Barbero (2009).

RESUMO

Entende-se o jornalismo como uma forma cultural que se configura na relação com os processos socioculturais e político-econômicos dos territórios, de maneira a ser moldado por seu entorno territorial. Ao delimitar espacialmente essa pesquisa nos territórios latino-americanos, está-se referindo a um espaço-tempo-vivido marcado sobretudo por verticalidades e por processos de desenvolvimento exógenos, que reforçam sua subalternidade e ampliam as desigualdades sociais, e em que as indústrias midiáticas se caracterizam pelo caráter comercial e privado, de manutenção das hegemonias constituídas. O objeto central desta pesquisa são as experiências de jornalismo nativas digitais na América Latina que se autodenominaram de jornalismo independente, colocando-se como uma alternativa a esse modelo tradicional e hegemônico de jornalismo. Apresenta-se como problemática o questionamento de como o jornalismo independente se configura enquanto forma cultural nos territórios latino-americanos. Para tanto, ancora-se teórica e metodologicamente nos Estudos Culturais e no diagrama do circuito da cultura de Richard Johnson. Incorpora-se, teórica e metodologicamente os conceitos de espaço e tempo, desde uma perspectiva da geografia e dos EC. Tem-se em Raymond Williams, Jesús Martín-Barbero, Richard Johnson, Rogério Haesbaert, Milton Santos e David Harvey os conceitos-chave para essa pesquisa. Os objetivos específicos são: a) compreender o desenvolvimento dos territórios latino-americanos, especialmente a partir das indústrias culturais/midiática; b) analisar de que maneira as condições de produção jornalísticas, dentro das organizações de jornalismo independente, moldam a forma cultural desse jornalismo; c) identificar na produção e no conteúdo do jornalismo independente a sua forma; e d) investigar como se dá o consumo dessa produção do jornalismo independente, tendo em vista as características dessas organizações e particularidades dos territórios latino-americanos analisados. Para tal, delimitou-se oito organizações de jornalismo independente distribuídas pelos territórios latino-americanos: Agência Pública (Brasil), Animal Político (México), Chequeado (Argentina), Contra Corriente (Honduras), GK.city (Equador), La Silla Vacía (Colômbia), Nómada (Guatemala) e Sudestada (Uruguai). A tese está estruturada de maneira a explorar, descrever e analisar cinco momentos do circuito da cultura: culturas vividas/territórios, condições de produção, produção, produto e consumo. Constatou-se que o espaço-tempo-vivido dos territórios latino-americanos vai formatando uma forma do jornalismo independente nessa região, de maneira que esse jornalismo vai se configurando como um modelo endógeno, conectado com a realidade desses territórios. Identificou-se que ao acionar tanto uma matriz racional-iluminista quanto uma matriz popular, o jornalismo independente se constitui, na América Latina, enquanto uma forma cultural híbrida, entre o jornalismo tradicional e o alternativo, valendo-se de elementos arcaicos e residuais para a constituição de uma forma emergente. O jornalismo independente, portanto, é uma forma de interseção entre essas matrizes culturais, principalmente, em um contexto de capitalismo neoliberal, com uma flexibilização dos processos produtivos, tendo aspectos próprios do pós-fordismo. Essa flexibilização está conectada com um tempo histórico dos territórios latino-americanos, sendo a resposta desse jornalismo atuar para responder a certas demandas que são típicas ou próprias desses territórios.

Palavras chave: jornalismo independente; territórios latino-americanos; circuito da cultura; Estudos Culturais.

RESUMEN

El periodismo se entiende como una forma cultural que se configura en la relación con los procesos socioculturales y político-económicos de los territorios, de manera que es moldeado por su entorno territorial. Al delimitar espacialmente esta investigación en los territorios latinoamericanos, está refiriéndose al espacio-tiempo que se ha vivido, y ha sido marcado sobre todo por verticalidades y por procesos de desarrollo exógenos, que refuerzan su subalternidad y amplían las desigualdades sociales, y en que las industrias mediáticas se caracterizan por el carácter comercial y privado, del mantenimiento de las hegemonías constituidas. El objetivo central de esta investigación son las experiencias del periodismo nativo digital en América Latina que se autodenominaron periodismo independiente, colocándose como una alternativa a este modelo tradicional y hegemónico de periodismo. Se presenta como problemática el cuestionamiento de cómo el periodismo independiente se configura como forma cultural en los territorios latinoamericanos. Para esto, se soporta teórica y metodológicamente en los Estudios Culturales y en el diagrama del circuito de la cultura de Richard Johnson. Se incorporan, teórica y metodológicamente los conceptos de espacio y tiempo, desde una perspectiva de la geografía y de los EC. Se toman de Raymond Williams, Jesús Martín-Barbero, Richard Johnson, Rogério Haesbaert, Milton Santos y David Harvey los conceptos clave para esta investigación. Los objetivos específicos son: a) comprender el desarrollo de los territorios latinoamericanos, especialmente a partir de las industrias culturales/mediáticas; b) analizar de qué manera las condiciones de producción periodística, dentro de las organizaciones de periodismo independiente, moldean la *forma cultural* de este periodismo; c) identificar en la producción de contenido del periodismo independiente su *forma*; y d) investigar cómo se da el consumismo de esta producción de periodismo independiente, teniendo en cuenta las características de estas organizaciones y particularidades de los territorios latinoamericanos analizados. Para ello, se definieron ocho organizaciones independientes de periodismo, distribuidas en diferentes territorios latinoamericanos: Agencia Pública (Brasil), Animal Político (México), Chequeado (Argentina), Contra Corriente (Honduras), GK.city (Ecuador), La Silla Vacía (Colombia), Nómada (Guatemala) y Sudestada (Uruguay). La tesis está estructurada con el fin de explorar, describir y analizar cinco momentos del circuito cultural: culturas vividas/territorios, condiciones de producción, producción, producto y consumo. Se constató que el espacio-tiempo-vivido de los territorios latinoamericanos va configurando una forma de periodismo independiente en esta región, de manera que este periodismo se va configurando como un modelo endógeno, conectado con la realidad de estos territorios. Se identificó que al activar tanto una matriz racional-iluminista como una matriz popular, el periodismo independiente se constituye, en América Latina, como una forma cultural híbrida, entre el periodismo tradicional y el alternativo, valiéndose de elementos arcaicos y residuales para la constitución de una forma emergente. El periodismo independiente, por tanto, es una forma de intersección entre esas matrices culturales, principalmente, en un contexto de capitalismo neoliberal, con una flexibilización de los procesos productivos, teniendo aspectos propios del posfordismo. Esta flexibilización está conectada con un tiempo histórico de los territorios latinoamericanos, siendo la respuesta de este periodismo actuar para responder a ciertas demandas que son típicas o propias de estos territorios.

Palabras clave: periodismo independiente; territorios latinoamericanos; circuito de la cultura; Estudios Culturales.

ABSTRACT

Journalism is understood as a cultural form that is shaped in its relation to the sociocultural, political and economic processes of the territories, such that it is shaped by its territorial surroundings. By spatially delimiting this research to the latin-american territories we are referring to a space-time-lived, marked above all else by verticalities and exogenous processes of development, that reenforce its subalternity and amplify the social inequalities, and in which the media industries are characterized by a commercial and private character, of maintaining the constituted hegemonies. This research's central object are the experiences of digital native journalism in Latin America that are self-proclaimed independent journalists, standing as an alternative to this traditional and hegemonic model of journalism. The question of how independent journalism is configured as a cultural form in the Latin American territories is presented as a core issue. To that end, this study theoretically and methodologically anchors itself in the Cultural Studies and in Richard Johnson's culture circuit diagram. The concepts of time and space are incorporated, theoretically and methodologically, from the perspective of geography and the CS. The key concepts to this research come from Raymond Williams, Jesús Martín-Barbero, Richard Johnson, Rogério Haesbaert, Milton Santos and David Harvey. The specific objectives are a) to understand the development of the latin-american territories, specially through the cultural/media industries; b) to analyse how the conditions of journalistic production, within the organizations of independent journalism, mold the *cultural form* of this journalism; c) to identify, in its production and content, the *form* of independent journalism; e d) to investigate in which manner the consumption of this production occurs, considering the characteristics of these organizations and particularities of the analysed latin-american territories. To that end, eight organizations of independent journalism spread across the latin-american territories were chosen: Agência Pública (Brazil), Animal Político (Mexico), Chequeado (Argentina), Contra Corriente (Honduras), GK.city (Ecuador), La Silla Vacía (Colombia), Nómada (Guatemala) e Sudestada (Uruguay). The thesis is structured so as to explore, define and analyse five moments of the culture circuit: cultures lived/territories, production conditions, production, product and consumption. It was found that the space-time-lived of the Latin American territories is shaping a form of independent journalism in that region, such that this journalism configures into an endogenous model, connected with the reality of these territories. It was identified that, through activating both a rational-enlightened and a popular matrix, independent journalism constitutes itself, on Latin America, as a hybrid cultural form, between traditional and alternative journalism, utilizing archaic and residual elements in the constitution of an emergent form. Thus, independent journalism is a form of intersection between these cultural matrices, primarily, in a context of neoliberal capitalism, with a flexibilization of the productive processes, having aspects specific to post-fordism. This flexibilization is connected with a historical time of Latin American territories, the response of this journalism being to act to respond to certain demands that are typical or particular of these territories.

Keywords: independent journalism; latin-american territories; culture circuit; Cultural Studies.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|-----|
| Figura 1 – Organizações de jornalismo independente entrevistadas | 31 |
| Figura 2 – Circuito da Cultura, de Richard Johnson..... | 44 |
| Figura 3 – Proposta de diagrama metodológico para pesquisas em Comunicação e Desenvolvimento Regional | 46 |
| Figura 4 – Percurso metodológico da pesquisa | 51 |
| Figura 5 – Esquema metodológico do Capítulo 3 | 58 |
| Figura 6 – Esquema metodológico do Capítulo 4 | 94 |
| Figura 7 – Esquema de Bennet..... | 106 |
| Figura 8 – Mapa do jornalismo independente na América Latina..... | 113 |
| Figura 9 – Principais características das organizações de jornalismo independente na América Latina | 116 |
| Figura 10 – Esquema metodológico do Capítulo 5..... | 138 |
| Figura 11 – Esquema metodológico do Capítulo 6..... | 184 |
| Figura 12 – Estrutura da equipe da La Silla Vacía | 189 |
| Figura 13 – Esquema metodológico do Capítulo 7..... | 219 |
| Figura 14 – Composição homepage Agência Pública | 221 |
| Figura 15 – Redes Sociais Digitais da Agência Pública | 224 |
| Figura 16 – Composição da homepage de Animal Político | 226 |
| Figura 17 – Infográfico da seção de Covid-19 de Animal Político | 227 |
| Figura 18 – Redes sociais digitais de Animal Político..... | 229 |
| Figura 19 – Composição da homepage de Chequeado | 230 |
| Figura 20 – Redes sociais digitais de Chequeado..... | 232 |
| Figura 21 – Composição da homepage de Contra Corriente..... | 234 |
| Figura 22 – Redes sociais digitais de Contra Corriente | 236 |
| Figura 23 – Composição da homepage de GK.city | 237 |
| Figura 24 – Redes Sociais Digitais de GK.city | 239 |
| Figura 25 – Seção Quién es Quién de La Silla Vacía | 240 |
| Figura 26 – Composição da homepage de La Silla Vacía | 241 |
| Figura 27 – Redes Sociais Digitais de La Silla Vacía | 244 |
| Figura 28 – Composição da homepage de Nómada | 245 |
| Figura 29 – Redes sociais digitas de Nómada | 246 |
| Figura 30 – Composição da homepage de Sudestada..... | 247 |

| | |
|--|-----|
| Figura 31 – Redes sociais digitais de Sudestada | 249 |
| Figura 32 – Site da Agência Pública..... | 255 |
| Figura 33 – Site de Animal Politico..... | 260 |
| Figura 34 – Site de Chequeado..... | 264 |
| Figura 35 – Site de Contra Corriente | 267 |
| Figura 36 – Site de GK.city..... | 271 |
| Figura 37 – Site de La Silla Vacía | 274 |
| Figura 38 – Fragmento da reportagem de La Silla Vacía | 277 |
| Figura 39 – Site de Nómada..... | 279 |
| Figura 40 – Site de Sudestada | 281 |
| Figura 41 – Esquema metodológico do Capítulo 8..... | 288 |
| Figura 42 – Conteúdo de La Silla Vacía pensado para as redes sociais digitais | 295 |
| Figura 43 – Cartas dos Aliados da Agência Pública..... | 305 |
| | |
| Gráfico 1 – Taxa de pobreza e pobreza extrema na América Latina..... | 76 |
| Gráfico 2 – Ano de surgimento dos projetos de jornalismo independente | 115 |
| Gráfico 3 – Fontes de financiamento da Agência Pública em 2019..... | 167 |
| Gráfico 4 – Fontes de financiamento de La Silla Vacía em 2019 | 169 |
| Gráfico 5 – Variação da fonte de ingressos em La Silla Vacía | 171 |
| | |
| Quadro 1 – Entrevistados para a pesquisa..... | 54 |
| Quadro 2 – Aspectos da mídia independente | 104 |
| Quadro 3 – Critérios de inclusão de SembraMedia para seu Diretório de Meios Digitais | 109 |
| Quadro 4 – Fontes de ingressos das organizações entrevistadas..... | 162 |
| Quadro 5 – Fundações internacionais e nacionais que financiam o jornalismo independente praticado pelos entrevistados..... | 174 |
| Quadro 6 – Indicações de organizações doadoras pela SembraMedia | 175 |
| Quadro 7 – Equipes..... | 188 |
| Quadro 8 – Eixos investigativos..... | 194 |
| Quadro 9 – Alguns projetos transnacionais de investigação jornalística na AL | 211 |
| Quadro 10 – Textos analisados..... | 253 |
| Quadro 11 – Origem da informação no conteúdo analisado da Agência Pública | 257 |
| Quadro 12 – Origem da informação no conteúdo analisado de Animal Político | 262 |
| Quadro 13 – Origem da informação no conteúdo analisado de Chequeado | 265 |

| | |
|--|-----|
| Quadro 14 – Origem da informação no conteúdo analisado de Contra Corriente | 269 |
| Quadro 15 – Origem da informação no conteúdo analisado de GK.city | 272 |
| Quadro 16 – Origem da informação no conteúdo analisado de Nómada | 280 |
| Quadro 17 – Origem da informação no conteúdo analisado de Sudestada | 283 |
| Quadro 18 – Visão geral de tráfego nos sites | 290 |
| Quadro 19 – Top 5: origem do tráfego por país | 291 |
| Quadro 20 – Origem dos acessos..... | 293 |
| Quadro 21 – Top 5: acessos a partir das redes sociais | 296 |
| Quadro 22 – Categorias de interesse..... | 297 |
| Quadro 23 – Sites frequentemente visitados pelos usuários | 298 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|-----|
| Tabela 1 – Publicações por seção na Agência Pública | 223 |
| Tabela 2 – Publicações por seção em Animal Político | 228 |
| Tabela 3 – Publicações por seção em Chequeado | 232 |
| Tabela 4 – Publicações por seção em Contra Corriente..... | 235 |
| Tabela 5 – Publicações por seção em GK.city | 238 |
| Tabela 6 – Publicações por seção em La Silla Vacía..... | 242 |
| Tabela 7 – Publicações por seção em Nómada..... | 246 |
| Tabela 8 – Publicações por seção em Sudestada..... | 248 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

| | |
|----------|---|
| Abraji | Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo |
| AC | Análise de Conteúdo |
| AL | América Latina |
| CAPES | Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior |
| CCCS | Centro de Estudos Culturais Contemporâneos |
| CEPAL | Comissão Econômica para a América Latina e Caribe |
| CIA | Central Intelligence Agency |
| CIPER | Centro de Investigación Periodística |
| CLIP | Centro Latinoamericano de Investigación Periodística |
| CLT | Consolidação das Leis do Trabalho |
| Colpin | Conferencia Latinoamericana de Periodismo de Investigación |
| Conadeh | Comisionado Nacional de Derechos Humanos |
| Confenia | Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador |
| CONICET | Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas |
| CPI | Corruption Perception Index |
| EC | Estudos Culturais |
| EUA | Estados Unidos da América |
| FAO | Food and Agriculture Organization of the United Nations |
| FARC | Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia |
| Fcunae | Federación de Comunas Unión de Nativos de la Amazonía Ecuatoriana |
| FLIP | Fundación para la Libertad de Prensa |
| GFMD | Global Forum for Media Development |
| GIJN | Global Investigative Journalism Network |
| ICFJ | International Center for Journalists |
| ICIJ | International Consortium of Investigative Journalists |
| ICs | Indústrias Culturais |
| IFCN | International Fact-checking Network |
| IFJ | International Federation of Journalism |
| IHSS | Instituto Hondureño de Seguridad Social |

| | |
|--------|--|
| INECO | Instituto de Neurología Cognitiva |
| INREDH | Fundación Regional de Asesoría en Derechos Humanos |
| IPYS | Instituto Presa y Sociedad |
| ISOJ | International Symposium on Online Journalism |
| MDIF | Media Development Investment Fund |
| NED | Fundación Nacional para la Democracia |
| Nomic | Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação |
| NRGI | Natural Resource Governance Institute |
| OMS | Organização Mundial da Saúde |
| ONG | Organização não governamental |
| SNGRE | Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias |
| TI | Tecnologia da Informação |
| TIC | Tecnologia da Informação e Comunicação |
| UNESCO | Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura |
| USAID | United States Agency for International Development |

SUMÁRIO

| | |
|---|------------|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 21 |
| 2 ESTUDOS CULTURAIS COMO MARCO TEÓRICO-METODOLÓGICO..... | 34 |
| 2.1 A abordagem teórico-metodológica dos Estudos Culturais | 35 |
| 2.2 O circuito produtivo como metodologia de análise do jornalismo independente..... | 42 |
| 2.3 Percorso metodológico da pesquisa | 49 |
| 3 TERRITÓRIOS LATINO-AMERICANOS | 56 |
| 3.1 Territórios: aproximações iniciais..... | 59 |
| 3.2 Os territórios latino-americanos..... | 68 |
| 3.3 A configuração das indústrias culturais nos territórios da América Latina..... | 77 |
| 4 MAPA DO JORNALISMO INDEPENDENTE NA AMÉRICA LATINA | 93 |
| 4.1 Jornalismo independente: um estado da arte | 95 |
| 4.1.1 Jornalismo independente e independência jornalística | 102 |
| 4.2 O fenômeno do jornalismo independente na América Latina | 107 |
| 4.2.1 Gerações do jornalismo independente na América Latina | 118 |
| 4.2.2 O ethos discursivo do jornalismo independente | 129 |
| 5 REDES DE APOIO E FINANCIAMENTO DO JORNALISMO INDEPENDENTE | 137 |
| 5.1 Dos potenciais da internet à crise do jornalismo | 138 |
| 5.2 O desafio do jornalismo independente: redes de apoio e financiamento | 148 |
| 5.3 Quem paga? O financiamento do jornalismo independente | 158 |
| 5.3.1 Fundações financiadoras do jornalismo independente: o caso da <i>Open Society</i> | 173 |
| 6 A PRÁTICA DO JORNALISMO INDEPENDENTE..... | 183 |
| 6.1 Dinâmicas produtivas e as particularidades latino-americanas | 184 |
| 6.1.1 Cultura profissional..... | 186 |
| 6.1.2 Organização do trabalho e dos processos produtivos..... | 193 |
| 6.1.2.1 Projetos colaborativos de investigação jornalística..... | 209 |

| | |
|--|------------|
| 7 A FORMA E O CONTEÚDO DO JORNALISMO INDEPENDENTE LATINO-AMERICANO | 217 |
| 7.1 Pré-análise: uma descrição da composição das <i>homepages</i> , redes sociais e <i>newsletters</i> . | 220 |
| 7.2 Exploração do material e interpretação: as características do conteúdo | 251 |
| 7.2.1 Agência Pública | 254 |
| 7.2.2 Animal Político | 259 |
| 7.2.3 Chequeado | 263 |
| 7.2.4 Contra Corriente..... | 266 |
| 7.2.5 GK.city | 270 |
| 7.2.6 La Silla Vacía..... | 274 |
| 7.2.7 Nómada..... | 278 |
| 7.2.8 Sudestada | 281 |
| 7.3 A forma textual do jornalismo independente..... | 283 |
| | |
| 8 ACESSOS, ORIGEM E INTERESSES: O CONSUMO DO JORNALISMO INDEPENDENTE..... | 286 |
| 8.1 Tráfego de acesso e preferências das audiências | 288 |
| 8.2 Comunidades de leitores: as memberships como estratégias | 300 |
| | |
| 9 CONCLUSÃO..... | 308 |
| | |
| REFERÊNCIAS..... | 317 |
| | |
| APÊNDICE A - Roteiro de entrevista com jornalistas..... | 338 |
| APÊNDICE B - Roteiro para entrevista com a <i>Fundación Gabo</i>..... | 339 |
| APÊNDICE C - Roteiro de entrevista com representante da Open Society..... | 340 |

1 INTRODUÇÃO

A lo largo y ancho de América Latina, los medios nativos independientes cubren a las comunidades relegadas, por medio de contenidos originales y de historias escritas sobre temas que, anteriormente, se consideraban tabú. La naturaleza insurgente de muchas de estas organizaciones noticiosas lideradas por periodistas, les da una suerte de “credibilidad callejera” que, en el largo plazo, puede adaptarse muy bien a los deseos de la siguiente generación de consumidores de noticias, de tener información libre de la influencia de corporaciones y élites gubernamentales. (SEMBRAMEDIA, 2017, p. 13).

O fragmento acima está no relatório da pesquisa *Punto de Inflexión*, da organização *SembraMedia*¹ – que tem como objetivo dar visibilidade e impulsionar meios independentes digitais na Ibero-América. A pesquisa trata de um jornalismo denominado por essa organização de *medios nativos digitales* (entre outras terminologias). Em um primeiro momento, a leitura do trecho destacado pode parecer fazer referência ao jornalismo, simplesmente, sem rótulos. Mas neste início de século XXI, especialmente, é possível identificar, sem muito esforço, que não há uma homogeneidade na prática jornalística – aliás, é provável que essa homogeneidade nunca tenha existido. As pautas, fontes, angulação, formatos e espaços diferem muito entre si, mas como e por quê?

Esses meios nativos digitais, como em geral são denominados na América hispânica, também são conhecidos pela prática do jornalismo independente, termo utilizado pelos próprios veículos e adotado nesta tese. Mas que jornalismo é esse, que como sugere a pesquisa de *SembraMedia* (2017, p. 6), está “transformando profundamente” a produção e o consumo jornalístico na América Latina (AL)? A temática desta tese, assim, versa sobre esse jornalismo que tem se configurado na região.

Nesta segunda década do século XXI, principalmente, evidencia-se o aumento no número de experiências jornalísticas que têm se autodenominado de jornalismo independente, e que se apresentam como alternativas a um modelo tradicional, entendendo esse jornalismo tradicional como um modelo predominante no sistema midiático, de caráter comercial, privado, financiado pela publicidade enquanto empresa jornalística, visando o lucro, que reproduz a ordem do mercado e conserva as hegemonias constituídas (MORAES, 2013).

As experiências de jornalismo independente nascem a partir das possibilidades proporcionadas por meio das tecnologias digitais de comunicação e têm, também na internet, o

¹ <http://sembramedia.org/>

seu suporte de circulação. Suas principais características consistem na busca da independência econômica e editorial, a fim de garantir a prática de um jornalismo plural, que tenha condições de, por meio da informação que investiga e publica, promover o debate democrático. Em suas reportagens, buscam dar voz, muitas vezes, aos setores populares e, por meio de texto, foto, vídeo e infográficos, buscar soluções para as demandas dos territórios e, assim, estimular o engajamento cidadão.

Um diretório organizado pela *SembraMedia* reúne mais de 800² dessas experiências, espalhadas pelos diferentes países da América Latina, sem contabilizar as iniciativas brasileiras, pois o diretório mapeou o jornalismo online, independente e em espanhol. Para as organizações brasileiras, o site remete à página do *Mapa do Jornalismo Independente*, da *Agência Pública* – agência de jornalismo investigativo – organizado em 2016, onde se encontram 82 empreendimentos³, em sua maioria jovens, a partir de 2015.

Tanto o diretório da *SembraMedia*, quanto o da *Agência Pública*, seguem critérios para a inclusão dos veículos que compõem o seu quadro, seja a partir da nomenclatura de meios nativos digitais ou de jornalismo independente. Os critérios do primeiro são: a) ser um nativo digital, b) ter o conteúdo originalmente em espanhol, c) conteúdo jornalístico de serviço público, d) informação noticiosa/divulgação, e) não ser partidário, f) não ser corporativo, e g) possuir transparência de fundos. Já a *Agência Pública* seguiu os seguintes critérios: a) produção de conteúdo jornalístico, b) ter nascido na rede, c) serem projetos coletivos e d) não estarem ligados a grupos midiáticos, políticos, organizações ou empresas. Ambos convergem para um tipo específico de organização enquanto negócio e de jornalismo, com características que o diferem da mídia tradicional, mas que podem confundi-lo com outras experiências, como de jornalismo comunitário ou alternativo, por exemplo.

Em seu relatório de 2017, *SembraMedia* informou que 51% dos veículos estudados surgiram a partir de 2013, ainda que existam empreendimentos pontuais desde o final da década de 1990. Os dados levantados pelo relatório permitem compreender a relevância do trabalho feito por estes veículos para os territórios latino-americanos. Outros números dão conta de que 72% deles já tiveram suas histórias usadas pela mídia comercial nacional e 66% pela mídia comercial internacional. De acordo com o documento, a principal constatação é que

² Dados em constante atualização. (<https://directorio.sembramedia.org/?page=1&order=-weight>).

³ No Mapa do Jornalismo Independente é possível enviar sugestões de experiências jornalísticas que se enquadrem nos critérios estabelecidos, em uma espécie de construção colaborativa desse mapa. No entanto, considera-se nessa contagem apenas os projetos levantados pela pesquisa inicial da Agência Pública. (<https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>).

los emprendedores de medios digitales están transformando profundamente la manera en que el periodismo es llevado a cabo y consumido en América Latina. No sólo producen noticias, sino que a su vez son generadores de cambio, promueven mejores leyes, defienden los derechos humanos, exponen la corrupción y batallan el abuso de poder. Claramente, a estos medios los motiva comunicar de manera independiente lo que pasa en sus países, que están atravesados por políticas y discursos polarizados [...].⁴ (SEMBRAMEDIA, 2017, p. 6).

Os dados levantados pela *SembraMedia* (2017) auxiliam na caracterização dessas novas experiências, sendo uma de suas principais características o fato de serem nativas digitais. São jornalistas que trabalham denunciando a corrupção na região e criando sites investigativos “que motivan a los gobiernos y a los grandes negocios a ser más transparentes”⁵ (SEMBRAMEDIA, 2017, p. 12). Os empreendimentos variam desde pequenos projetos, com voluntários e que atendem a públicos segmentados, até importantes organizações de notícias, com dezenas de milhões de usuários na internet. O que os motiva é a independência editorial.

Faz-se essa breve apresentação para evidenciar que o jornalismo independente é um fenômeno expressivo na América Latina e, também, contemporâneo. E, assim sendo, carece de investigações que tornem mais claras suas características. Ainda que os mapeamentos e relatórios citados ofereçam elementos importantes para o entendimento do que é e como funciona esse tipo de jornalismo, eles ainda não são suficientes e dão margem a mais questionamentos do que respostas. Para se ter uma ideia, no Brasil, por exemplo, cinco empresas, de cinco famílias, controlam os 50 meios de maior audiência no país (MOM, 2018). Tem-se, portanto, de um lado, uma alta concentração de meios tradicionais e, de outro, uma pluralidade de modelos jornalísticos, organizados das mais distintas maneiras. À margem dos conglomerados midiáticos, há veículos jornalísticos de pequeno e médio porte praticados pela sociedade civil organizada, como por exemplo as rádios comunitárias; há ainda o jornalismo público e o jornalismo sindical; há o jornalismo praticado por organizações não governamentais (ONGs), cooperativas, universidades, coletivos e associações. Dito de outra forma, observa-se na América Latina uma pluralidade de formatos jornalísticos disputando espaço e sentido. É preciso também salientar a emergência das redes sociais digitais e, com isso, a complexificação dos polos de emissão e recepção.

⁴ “os empreendedores de meios digitais estão transformando profundamente a maneira em que o jornalismo é levado a cabo e consumido na América Latina. Não apenas produzem notícias, mas também geram transformações, promovem melhores leis, defendem os direitos humanos, expõem a corrupção e batalham contra o abuso de poder. Claramente, esses meios são motivados a comunicar de maneira independente o que acontece em seus países, que estão atravessados por políticas e discursos polarizados. (SEMBRAMEDIA, 2017, p. 6, tradução nossa).

⁵ “que motivam aos governos e às grandes empresas a serem mais transparentes” (SEMBRAMEDIA, 2017, p. 12, tradução nossa).

Uma revisão do estado da arte, para além do apresentado, indica pesquisas sobre o tema na região da América Latina, e o faz a partir de diferentes perspectivas – e de diferentes denominações⁶. No entanto, cabe ressaltar, que os jornalistas que integram as redações de jornalismo independente, em entrevistas disponíveis na web, dizem discordar de muitas dessas classificações. Inclusive, por isso optou-se por usar aqui – como se tem feito nessa introdução – o termo jornalismo independente, o mesmo utilizado pelos profissionais que o praticam. Reconhece-se, evidentemente, a produção cultural independente⁷ – musical, editorial, audiovisual, jornalística, etc. – e sua representatividade na produção simbólica. Contudo, destaca-se que, ao abordar nesta pesquisa o jornalismo independente latino-americano, está-se referindo a esse fenômeno contemporâneo e digital, tratado nos parágrafos anteriores.

A tese se situa em um Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e, conseqüentemente, nessa área, na qual os PPGs se constituem “como espaços de reconhecimento da diversidade [regional] e, ao mesmo tempo, como espaços de resistência à homogeneização do território pelos interesses do grande capital, nacional e transnacional” (ETGES et al, 2020, p. 202), sendo marcados pela interdisciplinaridade. Além disso, essa pesquisa também contribui com a área da Comunicação – e nas subáreas da Comunicação e Desenvolvimento (ComDes) e jornalismo. A área da Comunicação, por sua vez, se articula com um amplo campo, sendo parte das Ciências Sociais, dando conta das relações entre indivíduos e organizações, mediadas pela linguagem, sendo os processos pelos quais se produz, distribui e consome os sentidos elaborados (BOLAÑO, 2015).

Explicita-se também a subárea da Comunicação e Desenvolvimento (COMDES)⁸, uma abordagem que nasce por volta dos anos 1950, no contexto desenvolvimentista do século XX, a partir de uma perspectiva difusionista e modernizadora. Trata-se de uma disciplina aplicada, uma subárea, como sugere Felippi (2020a, p. 228), “que estuda as relações sociais mediadas pela linguagem e cultura que tenham objetivos relacionados ao desenvolvimento” e que, desde uma perspectiva de intervenção, “toma a comunicação como mobilizadora dos processos sociais com vistas à construção de futuros comuns”. Enquanto uma disciplina aplicada, a ComDes desempenha uma função instrumental no processo desenvolvimentista na América Latina no século XX, e mesmo na constituição da Comunicação enquanto uma área do

⁶ Essas pesquisas são melhor exploradas no capítulo 4 dessa tese.

⁷ Sobre esse tema, especialmente a produção editorial independente, ver: MUNIZ JR, José de Souza. Girafas e bonsais: editores “independentes” na Argentina e no Brasil (1991-2015). 2016. 335f. Tese (Doutorado). Universidade de São Paulo. 2016.

⁸ Há uma dispersão nominal desta subárea, que destaca Felippi (2020a). A depender do contexto ao qual se refere, e também de seus teóricos, ela pode aparecer como Comunicação para o Desenvolvimento, Comunicação para o Desenvolvimento e Mudança Social, entre outros.

conhecimento. Entre as abordagens teóricas as quais a ComDes se dedica está a produção simbólica nas indústrias culturais hegemônicas e não-hegemônicas (FELIPPI, 2020b), na qual se situa a investigação de um fenômeno como o do jornalismo independente.

Conceitualmente, entende-se o desenvolvimento regional, a partir de Etges e Degrandi (2013), como um processo alternativo e endógeno, no qual se identificam as particularidades da região e as potencializam. Destaca-se que as regiões se constituem de arranjos territoriais e, como afirmam os autores, expressam as formas de apropriação e o uso dos territórios pela sociedade. Assim, o que se propõe aqui é uma abordagem da América Latina enquanto uma região, constituída por múltiplos territórios. Integram essa região 20 países: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador, El Salvador, Guatemala, Haiti, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai e Venezuela.

É fundamental compreender que, a medida em que vai se apropriando de determinado território, a sociedade vai imprimindo as suas marcas; quanto mais desenvolvida ela for, no sentido de dispor de tecnologia para intervir na natureza, mais ela vai moldando o território, visando atender às suas necessidades ou interesses (ETGES; DEGRANDI, 2013, p. 90-91).

A compreensão acerca dos territórios conecta essa pesquisa ao Desenvolvimento Regional. O jornalismo, enquanto uma prática cultural, forjada nesses territórios, seja tradicional, independente, ou outros modelos, de alguma maneira integra esse jogo de apropriação. Ao mesmo tempo, enquanto parte desses territórios, o jornalismo também vai sendo moldado. Etges e Degrandi (2013) ressaltam que a constituição dos territórios não pode ser vista como algo de condicionante físico ou natural, ela se dá no uso desses territórios que, por sua vez, são condicionados por interesses econômicos, políticos e também culturais.

Busca-se em Haesbaert e Limonad (2007, p. 42) uma definição de território. Para os autores, trata-se de “uma construção histórica e, portanto, social, a partir das relações de poder (concreto e simbólico) que envolvem, concomitantemente, sociedade e espaço geográfico”. Conforme Haesbaert e Limonad (2007), no mundo globalizado desse início de século XXI, tanto o território, quanto seus processos de territorialização, são o resultado da articulação de duas dimensões, principalmente: uma delas material, relacionada aos aspectos políticos e econômicos; a outra mais simbólica, ligada à cultura e, com isso, ao conjunto de símbolos e valores partilhados por um grupo social.

Diante das indagações e incompreensões que suscitam do objeto de estudo, e entendendo que, cada vez mais, as mensagens que o jornalismo faz circular nas sociedades são centrais à formação da opinião pública e ao debate democrático, tem-se os outros pilares dessa pesquisa: os Estudos Culturais (EC), a geografia crítica brasileira e o campo do

desenvolvimento regional. No primeiro, tem-se a abordagem teórica e metodológica dessa pesquisa, ou, como se costuma dizer nas ciências sociais, as lentes pelas quais o fenômeno estudado é visto. É a partir do suporte dos Estudos Culturais, como se explora no Capítulo 2, que se tem o entendimento do jornalismo enquanto uma *forma cultural* (WILLIAMS, 1979), baseada em valores de distintas *matrizes culturais*, e, como sugerem Felippi e Escosteguy (2013), visto como um sistema simbólico.

Já a geografia crítica brasileira e o campo do desenvolvimento regional se inserem nessa pesquisa a partir da compreensão de que é nos territórios que esses fenômenos surgem e se desenvolvem. Tem-se na literatura sobre território o entendimento do mesmo enquanto um espaço-tempo-vivido e de construção material e simbólica, que condiciona e é condicionado pelas atividades de produção que nele se estabelecem, bem como pelas relações de poder (HAESBAERT, 2004). Esse entendimento sobre território traz chaves importantes para a compreensão da relação que se compreende entre jornalismo e território.

O território, enquanto um recorte espacial, é delimitado pelo seu uso, apropriação e dominação, a partir das relações de poder. Se o território não é apenas uma base física (ETGES, 2005), tampouco o espaço, que o constitui, o é. O espaço, essa dimensão mais ampla, é o conjunto de formas localizadas entre o homem e a natureza mais a vida que o anima, sendo, pois, resultado da ação dos sujeitos sobre o próprio espaço (SANTOS, 2014). Já o tempo, este outro elemento que constitui o sistema tridimensional dos territórios, corresponde ao processo histórico (SANTOS, 2014), e o vivido ao conjunto de relações concretas e simbólicas de poder (HAESBAERT; LIMONAD, 2007). O jornalismo emerge deste espaço-tempo territorial enquanto uma de suas atividades de produção, nesse caso cultural-simbólica, que tanto enquanto negócio, quanto como produtor de significados, passa a integrar as relações do vivido.

Entendendo essa produção a partir dos Estudos Culturais, como um processo integral, que abrange mais do que o momento da produção em si, como será apresentado no Capítulo 2, observa-se diferentes modelos jornalísticos – inseridos em diferentes organizações. Essas organizações, por sua vez, são as responsáveis pelo processo midiático, ou seja, de produção e circulação de mensagens e bens simbólicos. Um processo permeado por uma série de condicionantes que interferem, e até ditam, o fazer jornalístico. Essas diferentes experiências coexistem no espaço-tempo latino-americano, sejam elas tradicionais, alternativas, comunitárias, populares, ou de qualquer outro modelo. Essas práticas, em geral, têm seus surgimentos vinculados a acontecimentos históricos, às temporalidades, como as ditaduras militares na América Latina, por exemplo. São experiências, ainda sendo praticadas, com características muito semelhantes, mas também com suas particularidades, que as diferenciam.

O jornalismo, portanto, enquanto uma *forma cultural*, integra o processo sócio-político-econômico dos territórios e sua construção histórica, produzindo e fazendo circular significados. É a cultura que, para Hall (1997), inter-relaciona os processos políticos e econômicos, principalmente por meio das Tecnologias da Informação (TI), sustentando, assim, os circuitos globais de trocas de informação. Cabe ressaltar que esses processos também estão presentes na formação de territórios periféricos, como é o caso da América Latina.

Hall (1997) identifica a centralidade da mídia nos processos culturais e, conseqüentemente, da difusão de informações feita por ela. Esse movimento, por sua vez, impacta no modo de vida da sociedade, bem como no sentido que os indivíduos dão às suas próprias vidas e ao mundo que os cerca, pois constitui força de mudança histórica capaz de transformar o cotidiano (HALL, 1997). Martín-Barbero (2003) reforça essa perspectiva de centralidade dos meios de comunicação, e afirma que essa centralidade resulta em um processo desproporcional e paradoxal nos territórios latino-americanos, onde as necessidades básicas como educação e saúde são insatisfeitas, com o crescimento das desigualdades sociais que atomiza as sociedades. Essa centralidade nesse contexto exige, segundo o autor, um esforço cada vez maior para revelar uma trama de mediações que se torna cada vez mais complexa na articulação comunicação/cultura/política.

Apesar de ser reconhecido por sua teoria, que propôs uma abordagem “dos meios às mediações”, sendo esse, inclusive, o título de seu livro mais conhecido, o próprio pesquisador reconhece sua resistência em definir o termo mediações (MARTÍN-BARBERO, 2018). Lopes (2018, p. 54-55), a partir dos estudos desse pesquisador, afirma que as mediações devem ser entendidas “como processos estruturantes que configuram e reconfiguram tanto a lógica da produção quanto a lógica dos usos”. As mediações “exigem pensar ao mesmo tempo o espaço da produção assim como o tempo do consumo, ambos articulados pela vida cotidiana [...] e pela especificidade dos dispositivos tecnológicos e discursos das mídias envolvidas” (LOPES, 2018, p. 54-55). Em um de seus mapas, para compreender as mutações comunicativas e culturais, Martín-Barbero apresenta a temporalidade e a espacialidade, como duas de suas categorias. E, nesse sentido, entende-se o território nessa pesquisa como uma mediação para compreender o a configuração do jornalismo independente.

Tem-se, então, um fenômeno jornalístico independente, que visto enquanto uma prática cultural, com uma *forma* também cultural, que se relaciona com o território. A partir da literatura, compreende-se que de um lado, o jornalismo é condicionado pelo território, pois é nesse espaço-tempo em que se estabelece enquanto uma atividade de produção cultural e, portanto, simbólica; de outro ao produzir sentidos e coloca-los em circulação, também

condiciona o território, já que esse é resultado da articulação de uma dimensão material e outra simbólica, sendo o jornalismo parte constitutiva nas relações de poder.

Observa-se essa relação na América Latina que, enquanto região, compartilha particularidades, processos de desenvolvimento exógenos e verticalizados, uma constante instabilidade político-econômica, a desigualdade social, e sua condição colonial frente aos processos globalizantes e neoliberais. A América Latina também compartilha uma identidade que mescla entre a luso-espanhola, predominante, as africanas, as centenas de culturais originais, e também aquelas referentes às levadas migratórias que chegaram, e ainda chegam aos territórios latino-americanos. Desde essa perspectiva cultural, há, como afirma Martín-Barbero (2003) uma mestiçagem que remete ao que de fato constitui os sujeitos latino-americanos, tecidos de temporalidades, espaços, memórias e imaginários. Essa mestiçagem presente na América Latina é “um modo próprio de perceber e narrar, contar e dar conta” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 262).

Mas que também é uma região de arranjos territoriais distintos, que por fazerem parte de uma mesma região, compartilham também similitudes. E é importante notar que muitos países latino-americanos voltaram ao jogo democrático há não mais de trinta anos. As crises na política e na economia representam, frequentemente uma ameaça de retrocesso na região. A reação dos movimentos sociais e de organizações da sociedade civil, nesse sentido, é um movimento de inovação e experimentação, como se vê no jornalismo independente.

Faz-se necessário reconhecer a existência de uma certa unidade na região. Canclini (1995) afirma que os processos políticos e econômicos estão associados aos processos de integração cultural. Assim, o recorte que se coloca para compreender o desenvolvimento da região latino-americana, bem como a sua territorialização, é a partir das suas indústrias culturais (ICs), uma vez que a cultura produz e reproduz significados diante dos processos produtivos (CANCLINI, 1995). Essa abordagem também é adotada por Ortiz (2006), para quem a indústria cultural é fruto do desenvolvimento do capitalismo e da industrialização recente.

Há mais de um século as indústrias culturais vem se colocando e interferindo na territorialização latino-americana de maneira bastante semelhante nos diferentes países, principalmente de uma perspectiva temporal (MARINGONI, 2010). Becerra (2014, p. 62) corrobora com essa perspectiva e menciona “continuidades” na história da produção e distribuição de informação e entretenimento na região ao longo do século XX. O pesquisador reconhece, assim como outros mencionados, que há diferenças entre os países latino-americanos, e atribui a essas diferenças os programas de desenvolvimento e as estruturas demográficas de cada nação, mas reforça o aspecto das continuidades no tocante às indústrias

culturais a partir de cinco aspectos que elas compartilham na AL: a lógica comercial, a ausência de serviços públicos, a concentração midiática em grandes grupos privados, a concentração de produção de conteúdo nos principais centros urbanos e a pouca regulação estatal existentes para o sistema midiático.

As indústrias culturais têm cada vez mais lugar de destaque na organização dos territórios latino-americanos, enredando estruturas econômicas, políticas e culturais. Seus produtos, dotados de símbolos, conectam um sistema produtivo que, na região, é essencialmente baseado na propriedade privada. Segundo Maringoni (2010), a história da comunicação na região é a história de como se constituíram as oligarquias locais e regionais, de como se moldaram os Estados nacionais e de como o capitalismo se desenvolveu neste pedaço do mundo.

É essencialmente uma história política, de favorecimentos a classes ou setores de classes em detrimento de outras, em sociedades desiguais, nas quais a propriedade e a renda são extremamente concentradas. A sincronização detectada na evolução histórica dos diversos países evidencia que a mídia continental sempre foi um braço do poder político, incentivando, apoiando e disseminando medidas próprias de sua lógica (MARINGONI, 2010, p. 159).

O sistema midiático, portanto, mais especificamente, está associado à lógica concentracionária (MORAES, 2013). Isso significa que os veículos de comunicação, ao distribuírem seus produtos, o que inclui a informação processada nos diferentes tipos de textos jornalísticos, “operam consensualmente, para reproduzir a ordem do consumo e conservar hegemonias constituídas” (MORAES, 2013, p. 21), acentuando as desigualdades e privando os indivíduos de desfrutarem de suas liberdades individuais (SEN, 2010). Nesse mesmo sentido, afirmam Carniello et al (2016), um jornalismo preocupado em promover o desenvolvimento sempre será marginal no Brasil – e se estende, aqui, essa compreensão a toda América Latina – diante da estrutura midiática encontrada no país, que prioriza o crescimento econômico, quadro que também é observado no restante da região.

Diante dessa realidade midiática, e entendendo o desenvolvimento regional também como fortalecimento da sociedade civil e a remoção de barreiras que impedem a plena realização da pessoa humana (BOISSIER, 2000), justifica-se uma pesquisa na área que busque identificar a configuração da forma do jornalismo independente na América Latina, considerando o potencial desse jornalismo em gerar mudanças, promover leis, expor a corrupção, denunciar abusos de poder e defender os direitos humanos (SEMBRAMEDIA, 2017).

Diante disso, a problemática dessa tese é fruto de diferentes encontros teóricos e vivências acadêmicas e profissionais. De um olhar disciplinar, com origem na formação em Comunicação Social – Jornalismo, a uma abordagem interdisciplinar, que se expande com a pós-graduação em Desenvolvimento Regional, tem-se a base para indagações sobre a relação entre Comunicação e Desenvolvimento. Ressalta-se que se entende o Desenvolvimento Regional como um processo multidimensional em que, a partir da identificação de particularidades, fortalece-se as regiões por meio de uma dinâmica horizontal e participativa. Além disso, esse mesmo processo reconhece os territórios enquanto construções sociais, nas quais interagem os diferentes agentes e instituições. Já a comunicação midiática, mais especificamente o jornalismo, por sua vez, aparece como elemento central de formação dos debates da opinião pública na contemporaneidade. Consequentemente, os meios de comunicação podem ser vistos como parte desses territórios e dessas relações. Assim, questiona-se: *como o jornalismo independente se configura enquanto uma forma cultural nos territórios latino-americanos?*

O que propõe essa pesquisa de tese, portanto, é uma investigação do processo produtivo integral do jornalismo independente, localizado em um determinado espaço-tempo, dos territórios latino-americanos, a partir de uma apropriação metodológica, dos Estudos Culturais, do protocolo do Circuito da Cultura, proposto por Richard Johnson (2010), já utilizado anteriormente para tratar desse tipo de jornalismo (OLIVEIRA, 2017). E, a partir desse processo produtivo em sua integralidade, analisado a partir de cinco categorias – cultura, condições de produção, produção, produto e consumo – oferecer como resultado de pesquisa uma síntese dessa *forma cultural*, identificando as origens e características dessa prática nos territórios da América Latina.

O objetivo geral que se apresenta é compreender como o jornalismo independente se configura enquanto uma forma cultural nos territórios latino-americanos. E os objetivos específicos são:

- a) Compreender o desenvolvimento dos territórios latino-americanos, especialmente a partir das indústrias culturais/midiática;
- b) Analisar de que maneira as condições de produção jornalísticas, dentro das organizações de jornalismo independente, moldam a *forma cultural* desse jornalismo;
- c) Identificar na produção e no conteúdo do jornalismo independente a sua *forma*;
- d) Investigar como se dá o consumo dessa produção do jornalismo independente, tendo em vista as características dessas organizações e particularidades dos territórios latino-americanos analisados.

Esta tese está configurada como uma pesquisa qualitativa, tendo como marco teórico-metodológico os Estudos Culturais, e faz uma abordagem cultural-comunicacional do fenômeno do jornalismo independente nos territórios latino-americanos. Delimitou-se como objeto de estudo, oito experiências desse jornalismo, nessa região. Em comum, todas elas têm o fato de serem nativas digitais, praticarem jornalismo investigativo (entre outros), terem cobertura nacional de seus países e se autodenominarem como praticantes desse jornalismo independente. A Figura 1 ilustra a localização das oito organizações de jornalismo independente na América Latina.

Figura 1 – Organizações de jornalismo independente entrevistadas



Fonte: Mapa alterado pela autora a partir de mapchart.net (2019).

A *Agência Pública*⁹, nascida em 2011, intitula-se a primeira agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos no Brasil, seu diferencial, afirma, está em aliar a preocupação

⁹ <https://apublica.org/>

social com o jornalismo independente – demarcando, já, um lugar de fala (AGÊNCIA PÚBLICA, 2020a). *Animal Político*¹⁰ é a organização mexicana, fundada em 2009, que, como o nome sugere, está focada na política do país. Já *Chequeado*¹¹, na Argentina, é o primeiro veículo dedicado ao *fact-checking* na América Latina, fundado em 2010. *Contra Corriente*¹², em Honduras, que aposta em um jornalismo investigativo e em profundidade, fundado em 2015. Do Equador, a pesquisa entrevistou *GK.city*¹³, que nasceu em 2011, primeiro meio nativo digital nesse formato em seu país. *La Silla Vacía*¹⁴, fundada em 2009, na Colômbia, se apresenta, em seu site, como um meio informativo e interativo, focado em investigar como se movimenta o poder em seu país. O site uruguaio *Sudestada*¹⁵, fundado em 2014, se apresenta como o primeiro site de notícias dedicado a jornalismo investigativo no país. Por fim *Nómada*¹⁶, representante da Guatemala, foi fundado em 2014, que afirma buscar a verdade, a transparência e a justiça.

Nómada tem uma particularidade, pois encerrou suas atividades em 15 de outubro de 2020, depois de seis anos. Nessa data, as entrevistas já haviam sido feitas e os dados coletados, de maneira que se decidiu manter a organização entre os estudados. De maneira geral, os aspectos dela mencionadas ao longo dessa pesquisa dizem respeito ao período em que ainda estava ativa.

Essa introdução consiste no primeiro capítulo dessa tese e, na sequência, tem-se um capítulo teórico-metodológico, onde se abordam os Estudos Culturais, marco teórico e metodológico desta pesquisa de tese, e também o lugar do jornalismo nessa abordagem. Ademais, apresenta-se nele o protocolo proposto para a pesquisa, bem como suas categorias, coleta de dados e sistematização de análise. Os capítulos que seguem são organizados a partir do protocolo de análise da produção do jornalismo independente enquanto uma prática cultural. Começa-se com a categoria Cultura, no Capítulo 3, onde, a partir da pesquisa bibliográfica, principalmente, se faz uma discussão conceitual sobre território, para melhor compreendê-lo e assim caracterizar os territórios latino-americanos e a constituição, neles, das indústrias culturais.

Já o Capítulo 4, intitulado Mapa do Jornalismo Independente na América Latina, percorre o estado da arte de pesquisas que têm como objeto de estudo o jornalismo independente, observando as terminologias utilizadas, principalmente, e problematizando a

¹⁰ <https://www.animalpolitico.com/>

¹¹ <https://chequeado.com/>

¹² <https://contracorriente.red/>

¹³ <https://gk.city/>

¹⁴ <http://lasillavacia.com/>

¹⁵ <https://www.sudestada.com.uy/>

¹⁶ <https://nomada.gt/>

diferença entre jornalismo independente e independência jornalística. Na sequência, no mesmo capítulo, faz-se um passeio por algumas experiências desse jornalismo na região, apontando suas características e também o *ethos* discursivo dessa prática, a partir dos entrevistados. Parte-se, então, para Condições de Produção, no Capítulo 5, no qual abordam-se dois aspectos importantes na constituição do jornalismo independente nos territórios latino-americanos: sua dificuldade de gestão e seus modelos de negócio. A partir disso, identifica-se uma rede de apoio na região, que conecta os diferentes territórios, por meio de organizações como a *Fundación Gabo*¹⁷ e a *SembraMedia*. Dedicam-se, especial atenção, também, às fundações internacionais que financiam esse jornalismo na América Latina.

O Capítulo 6 se dedica à Produção do jornalismo independente, identificando e analisando as dinâmicas produtivas, tendo sempre presentes as particularidades latino-americanas. Analisa-se, dentre as organizações que constituem o *corpus*, sua cultura profissional, organização do trabalho e dos processos produtivos e os projetos colaborativos de investigação jornalística em rede. O Capítulo 7, por sua vez, aborda o Produto, ou seja, a forma e o conteúdo desse jornalismo. Para tal, faz-se uma análise de conteúdo dos oito sites, que inicia com uma pré-análise e uma leitura flutuante, e depois a análise um texto selecionado em cada um deles, a partir de categorias pré-determinadas. Por fim, o Capítulo 8, trata do consumo, onde são analisados dados de tráfego de seis, dos oito sites, a partir de informações da ferramenta *SimilarWeb*¹⁸, e identifica-se nas memberships uma estratégia de aproximação das organizações com suas audiências.

¹⁷ Organização colombiana que, assim como outras, apoia o jornalismo independente. (<https://fundaciongabo.org/es>). É apresentada no Capítulo 5.

¹⁸ <https://www.similarweb.com/>

2 ESTUDOS CULTURAIS COMO MARCO TEÓRICO-METODOLÓGICO

A expressão “centralidade da cultura” indica aqui a forma como a cultura penetra em cada recanto da vida social contemporânea, fazendo proliferar ambientes secundários, mediando tudo. A cultura está presente nas vozes e imagens incorpóreas que nos interpelam das telas, nos postos de gasolina. Ela é um elemento chave no modo como o meio ambiente doméstico é atrelado, pelo consumo, às tendências e modas mundiais. É trazida para dentro de nossos lares através dos esportes e das revistas esportivas, que frequentemente vendem uma imagem de íntima associação ao lugar e ao local através da cultura do futebol contemporâneo. Elas mostram uma curiosa nostalgia em relação a uma “comunidade imaginada”, na verdade, uma nostalgia das culturas vividas de importantes “locais” que foram profundamente transformadas, senão totalmente destruídas pela mudança econômica e pelo declínio industrial. (HALL, 1997).

A área acadêmica do Desenvolvimento Regional tem exigido que se amplie as lentes teóricas e as possibilidades metodológicas em suas pesquisas, garantindo uma perspectiva multidimensional dos processos (FELIPPI, 2020b). E a cultura, a partir dos Estudos Culturais, tem sido o elo entre Desenvolvimento Regional e Comunicação, especialmente a partir de pesquisas que buscam não só relacionar os estudos desenvolvidos nesses dois campos, mas, de fato, executar investigações nesta interdisciplinaridade. Na relação entre cultura e desenvolvimento regional, observa-se que a primeira pode ser pensada enquanto uma produção e prática social, “sendo essas expressas por meio de representações simbólicas que impregnam o espaço geográfico” (FELIPPI; BRANDT, 2016, p. 46).

Raymond Williams, um dos precursores da vertente dos Estudos Culturais, na Inglaterra, como se verá na próxima seção, propõe a teoria do materialismo cultural que, de acordo com o autor, trata-se de uma teoria marxista, “uma teoria das especificidades da produção cultural e literária material, dentro do materialismo histórico” (WILLIAMS, 1979, p. 12). Essa produção cultural está sujeita a processos produtivos, que se dão por distintos momentos interligados e relacionados. Os Estudos Culturais oferecem protocolos metodológicos de análise, cabíveis de aplicação em pesquisas da Comunicação Social, como já indicaram alguns pesquisadores (LOPES, 2018; FELIPPI; BRANDT, 2020; FELIPPI, 2018; ESCOSTEGUY, 2007).

Esse capítulo debruça-se nos Estudos Culturais como marco teórico-metodológico desta tese, explorando sua origem e paradigmas, e dando especial atenção a dois de seus conceitos, as *formas culturais* e as *matrizes culturais*, como elementos chave na constituição do jornalismo. Além disso, esse capítulo discorre sobre o circuito da cultura, de Richard Johnson,

enquanto um protocolo metodológico para investigações de caráter cultural e comunicacional e, a partir disso, apresenta-se o percurso metodológico da pesquisa e suas etapas.

2.1 A abordagem teórico-metodológica dos Estudos Culturais

Essa pesquisa adota como abordagem os Estudos Culturais, a partir do entendimento do jornalismo como uma forma cultural. A adoção dos Estudos Culturais como uma abordagem teórico-metodológica nesta pesquisa se justifica pela aderência que oferecem às abordagens da área do Desenvolvimento Regional, a medida em que tratam de uma visão ampla e multidimensional dos processos e também interdisciplinar, além de sua concepção alargada de cultura (FELIPPI, 2020b).

Os Estudos Culturais são uma disciplina, como o classifica Hall (2003), que se concretiza em 1964, com o surgimento do Centro de Estudos Culturais Contemporâneos (CCCS, na sigla em inglês), na Universidade de Birmingham, na Inglaterra. Surge como a aproximação de diferentes linhas das ciências humanas e sociais, entre elas os estudos das comunicações e das mídias, enfoca em formas não-reducionistas do marxismo e preocupa-se com as questões de poder, ideologia e hegemonia cultural (HALL, 1997).

Três textos são considerados fundadores dos EC, ainda antes do surgimento do CCCS: *The Uses of Literacy*, de Richard Hoggart (1957), *Culture and Society*, de Raymond Williams (1958) e *The Making of the English Working-Class*, de E. P. Thompson (1963). Moraes (2011a) explica que se tratam de textos que constituem análises marxistas – o que já indica a macro teoria a qual os EC se filiam – mas destaca que os autores argumentam que a superestrutura possui uma relativa autonomia em relação à base econômica.

Hoggart, em seu texto, trata os produtos midiáticos como bens culturais, o que caracterizou uma nova abordagem. O autor se concentrou na subjetividade e em sua análise examinou a cultura na relação das vidas individuais. Williams, por sua vez, discute a dificuldade na identificação dos efeitos culturais das desigualdades sociais, e trata de não mais separar a cultura entre a abordagem da “alta cultura” e de uma perspectiva mais antropológica, de valores. Ele propõe que essas abordagens constituam uma única, sendo conhecido, posteriormente, por afirmar que “a cultura é ordinária” (WILLIAMS, 1989). Já Thompson, em seu texto, demonstra a preocupação em superar o pensamento que se baseia na dicotomia base/superestrutura, a partir de uma revisão crítica do marxismo, em que levou em conta a subjetividade, a cultura e as relações entre as classes. Para Hall (2003, p. 132), essas obras constituem um rompimento com o modo tradicional de estudar os fenômenos sociais. Afirma, ainda, que “as rupturas desses

textos com as tradições de pensamento em que estavam situados parecem tão ou mais importantes do que sua continuidade com as mesmas”.

De origem marxista, os Estudos Culturais sofrem influência desse paradigma. Essa relação se inicia a partir da crítica feita pelos Estudos Culturais ao reducionismo econômico (ESCOSTEGUY, 2010a). Hall (2003), em um esforço de identificar as principais correntes dentro dos Estudos Culturais, acaba por indicar com quais macro teorias a *disciplina* se relaciona. Para o autor, nos EC, há dois paradigmas dominantes: o culturalismo e o estruturalismo, ambos de corrente marxista.

O primeiro, o culturalismo, é a abordagem que se identifica nos textos fundadores dos EC, ainda que não apenas. Para Hall (2003), trata-se do paradigma dominante. Identifica-se que o culturalismo ganha força, principalmente, a partir das contribuições de Raymond Williams, especialmente no que o autor conceituou de *materialismo cultural*. Hall, assim define o culturalismo:

Ele se opõe ao papel residual e de mero reflexo atribuído “cultural”. Em suas várias formas, ele conceitua a cultura como algo que se entrelaça a todas as práticas sociais; e essas práticas, por sua vez, como uma forma comum de atividade através da qual homens e mulheres fazem a história. Tal paradigma se opõe ao esquema base-superestrutura de formulação da relação entre as forças materiais e ideais, especialmente onde a base é definida como determinação pelo “econômico”, em um sentido simples. Essa linha de pensamento prefere a formulação mais ampla – a dialética entre o ser e a consciência social: inseparáveis em seus polos distintos [...] (HALL, 2003, p. 142).

É a partir do culturalismo, como explica Hall (2003), que a cultura é entendida como os valores e sentidos que surgem com base nas relações e condições históricas nas diferentes classes e grupos sociais, bem como as tradições e práticas vividas. O autor pontua algumas diferenças dentro do culturalismo acerca do conceito de cultura, mas destaca que, de maneira geral, as estruturas das relações são lidas a partir do como são vividas e experimentadas.

Já o estruturalismo, o outro paradigma apontado por Hall (2003, p. 144), se articula principalmente em torno do conceito de ideologia, e não de cultura. Para o autor, a primeira ruptura ocorre a partir da semiótica de Lévi-Strauss.

Foi o estruturalismo de Lévi-Strauss que, em sua apropriação do paradigma linguístico, após Saussure, ofereceu às “ciências humanas da cultura” a promessa de um paradigma capaz de torná-las científicas e rigorosas de uma forma inteiramente nova. E quando, na obra de Althusser, os temas marxistas mais clássicos foram recuperados, Marx continuou sendo “lido” – reconstituído – pelos termos do paradigma linguístico.

Lévi-Strauss e Althusser, de acordo com Hall (2003), expoentes do estruturalismo, assim como os culturalistas, eram antirreducionistas e antieconomicistas em suas formas de raciocínio. Além disso, Hall (2003) destaca que estruturalistas e culturalistas romperam

radicalmente com os termos da metáfora base/superestrutura. De forma sintética, a ênfase dos culturalistas estava no entendimento de que os seres humanos têm sido agentes de modificação social ao longo da história; já a ênfase dos estruturalistas estava nas condições predeterminadas (CEVASCO, 2003).

Hall (2003) reconhece a existência de pelo menos outras três abordagens dentro dos EC que, junto dos outros dois paradigmas, auxiliam a delimitar o pensamento e a pesquisa a partir dessa teoria da cultura. A primeira mencionada pelo autor é o centramento nas *práticas significativas*. Nessa vertente trabalha-se em torno dos termos *discurso* e *sujeito*, onde a *subjetividade* ganha espaço, restaurados a partir de conceitos freudianos e lacanianos. A outra abordagem que o autor aponta é a *economia política*, que restaura termos da base/superestrutura.

Essa posição insiste que os processos econômicos e as estruturas de produção cultural são mais significantes do que seu aspecto cultural-ideológico e que estes são um tanto adequadamente apreendidos na terminologia mais clássica do lucro, exploração, mais-valia e a análise da cultura como mercadoria. Ela retém a noção de ideologia enquanto “falsa consciência”. (HALL, 2003, p. 155).

Por último, Hall (2003) cita a *análise concreta de formações ideológicas e discursivas*, e as relaciona com os trabalhos de Foucault e Gramsci. Para o autor, essa abordagem está relacionada com a iniciativa *estruturalista* e, ao sustentar o sentido da instância histórica, também se relaciona ao *culturalismo*, já que se trata de um de seus pontos fortes.

Observa-se que os Estudos Culturais têm uma orientação claramente marxista, ainda que critiquem o reducionismo econômico e questionem a metáfora da base/superestrutura. Se de um lado, apesar das críticas, reconhecem a força da estrutura, de outro, abrem uma brecha para o sujeito e para a subjetividade. E é nesse misto de críticas e avanços, que os EC, como aponta Moraes (2011a, p. 4), se caracteriza pela “compreensão da cultura como a esfera do sentido que unifica os setores da produção e das relações sociais e pessoais”.

O interesse dos Estudos Culturais, portanto, está nas sociedades inteiras ou em parcelas amplas da mesma (JOHNSON, 2010, p. 29). “‘Nosso projeto’ é o de abstrair, descrever e reconstruir, em estudos concretos, as formas através das quais os seres humanos “vivem”, tornam-se conscientes e se sustentam subjetivamente”. Por subjetividade, o autor entende os elementos que mobilizam os indivíduos sem serem conscientemente conhecidos. E ainda, muito importante, o fato de que a subjetividade não é dada, mas produzida, portanto, objeto de análise. Escosteguy (2010b) destaca ainda que a importância que se dá ao contexto também é uma característica forte dos Estudos Culturais. Ou seja, os objetos de estudos são vistos de forma

localizada, em um tempo histórico específico, e na sua articulação entre o singular e uma determinada conjuntura.

Os EC estão também implicados nas relações de poder – no que diz respeito aos aspectos políticos e econômicos. Isso, afirma Johnson (2010), contribui para produzir assimetrias entre grupos sociais.

Eles são parte dos próprios circuitos que buscam descrever. Eles podem, tal como os conhecimentos acadêmicos e profissionais, policiar a relação entre o público e o privado ou eles podem criticá-la. Eles podem estar envolvidos na vigilância da subjetividade dos grupos subordinados ou nas lutas para representá-los mais adequadamente do que antes. Eles podem se tornar parte do problema ou da solução. (JOHNSON, 2010, p. 51-52).

A cultura assume importância em relação à estrutura e à organização da sociedade. Nesse contexto, Hall (1997) defende que os seres humanos são seres interpretativos e intuitivos de sentidos e que a ação social é significativa, ou seja, está permeada de signos, tanto para quem a pratica, quanto para quem a observa. Isso porque o ser humano utiliza de variados sistemas de significação para “codificar, organizar e regular sua conduta”. Esses sistemas são o que dão sentido às nossas ações e, em seu conjunto, constituem a cultura. “Não deve nos surpreender, então, que as lutas pelo poder sejam, crescentemente, simbólicas e discursivas, ao invés de tomar simplesmente, uma forma física e compulsiva [...]” (HALL, 1997, p. 4).

Como dito, os Estudos Culturais são de origem britânica. No entanto, faz-se necessário pontuar que essa abordagem se desenvolve, ainda, de maneira singular em outras regiões do globo, como nos Estados Unidos da América (EUA), Canadá, Austrália e América Latina. Interessa, em especial, nessa pesquisa, explicitar os Estudos Culturais latino-americanos, que tem entre seus principais expoentes Jesús Martín-Barbero e Nestor García Canclini. Diretamente relacionados à vertente britânica, mas focados nas características da América Latina, nessa parte do continente a abordagem se preocupa, entre outros, na “produção de hierarquias sociais e políticas a partir de oposições entre tradição e inovação” (ESCOSTEGUY, 2010b, p. 48). Tal qual ocorre com a escola britânica, nas pesquisas latino-americanas está presente a multidisciplinariedade.

Johnson (2010) afirma que qualquer prática social pode ser analisada pelo viés da cultura, sendo o eixo de pesquisa dos Estudos Culturais as relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, que é construída pelas formas culturais, instituições e práticas culturais (ESCOSTEGUY, 2010a). Enquanto prática cultural, que possui essas características, a mídia é apontada como objeto de análise pelos Estudos Culturais, assim como seus modos de consumo (JOHNSON, 2010; MARTÍN-BARBERO, 2008).

Para Moraes (2011a), entre os pontos que aproximam, e legitimam, a Comunicação com o marco teórico-metodológico dos Estudos Culturais, estão as categorias analíticas e os procedimentos metodológicos, que permitem uma visão integral do processo comunicacional midiático. Kellner (2001) corrobora com esse entendimento, pois entende que os Estudos Culturais possibilitam teorizar a complexidade e as contradições do processo midiático.

Contudo, é a aproximação feita entre Comunicação e Estudos Culturais na teoria das mediações, de Martín-Barbero, que deslocou o olhar da pesquisa latino-americana e ganhou destaque nesse sentido. Para o pesquisador, a análise cultural proposta pelos Estudos Culturais dá conta de que a comunicação, quando vista por essa perspectiva, passa a ser assunto não apenas da cultura, mas também da política e da economia, visto que esses são aspectos comprometidos e envolvidos nos processos produtivos culturais (MARTÍN-BARBERO, 2003). Para o pesquisador, neste tripé de comunicação, cultura e política os meios são centrais.

Hall (1997, p. 2) contribui nessa aproximação de cultura e Comunicação. O autor afirma que por meio das tecnologias e da revolução da informação têm se expandido os meios de produção, circulação e troca cultural, sendo a mídia um dos principais meios responsáveis por essa circulação. “Hoje a mídia sustenta os circuitos globais de trocas econômicas dos quais depende todo o movimento mundial de informação, conhecimento, capital, investimento, produção de bens, comércio de matéria prima e marketing de produtos e ideias”. Desta maneira, o autor articula a cultura, e nela a mídia, como centrais na economia, política e relações sociais dos territórios, sendo a cultura a mediadora da vida social na contemporaneidade.

Outro pesquisador expoente dos Estudos Culturais na América Latina, Néstor Canclini (2004, p. 35), identifica uma necessidade de aproximação dessa abordagem com a comunicação, pois, nos ECs “[...] estamos hablando de circulación de bienes y mensajes, cambios de significado, del pasaje de una instancia a otra, de un grupo a varios [...] en movimientos que se comunican significados, que son recibidos, reprocessados o recodificados”¹⁹. Defende que nessa aproximação se chega à análise que identifica as relações de poder e a força dos sujeitos, ou organizações, na mudança de significação dos objetos.

Já a partir da teoria das mediações, de Jesús Martín-Barbero, o olhar das pesquisas em Comunicação na América Latina desloca a sua abordagem dos meios para o entorno dos meios. Isso significa ampliar o olhar que antes se concentrava na produção e no conteúdo, de forma mais dura e técnica, para o que Martín-Barbero (2003) denomina de mediações. Dessa maneira,

¹⁹ “[...] estamos falando de circulação de bens e mensagens, mudanças de significado, da passagem de uma instância a outra, de um grupo a vários [...] em movimentos que comunicam significados, que são recebidos, reprocessados ou recodificados” (CANCLINI, 2004, p. 35, tradução nossa).

incorporam-se às pesquisas a dinâmica social, a cultura, a política e a economia, e se passa a pensar a mídia em sua processualidade. É nesse entorno dos meios, enquanto uma mediação na configuração da forma do jornalismo independente, que essa pesquisa trata os territórios latino-americanos.

[...] o jornalismo ou a prática jornalística deixa de ser vista meramente com função informativa e/ou descritiva da realidade para passar a ser vista como um sistema simbólico que ensina sobre valores, padrões, guia de uma dada cultura e, portanto, assumindo uma importância distinta na totalidade social. (FELIPPI; ESCOSTEGUY, 2013, p. 18).

Destarte, os Estudos Culturais oferecem protocolos analíticos para a tomada do jornalismo na cultura, entre os quais está o circuito da cultura, de Richard Johnson (2010), a partir do qual qualquer prática social pode ser analisada pelo viés da cultura. E o próprio autor sugere como objeto dos Estudos Culturais, a mídia e seus modos de consumo. Complementa afirmando que é preciso análises que revelem onde e de que forma as representações públicas agem para proporcionar à sociedade uma tendência emancipatória.

É na obra de Raymond Williams que se encontra o entendimento de *forma cultural*. O entendimento de *forma* tem relação com a evolução do termo em latim e sua repetição em inglês, tendo, de acordo com o autor, dois sentidos principais: “uma forma visível ou externa e um impulso modelador inerente [...], compreende assim toda uma gama que vai do externo e superficial, até o essencial e determinante” (WILLIAMS, 1979, p. 185). Estudar a *forma cultural* do jornalismo independente, implica em identificar o superficial e o essencial.

Williams, ao longo de seus textos, utiliza esse conceito para se referir a determinadas características que permitem reconhecer os diferentes produtos culturais, nas palavras do próprio autor “elementos básicos de ativação do reconhecimento” (WILLIAMS, 1979, p. 188), que dão uma *forma cultural* a esses produtos. Esses elementos básicos mencionados por Williams podem ser entendidos como as *matrizes culturais*, de Martín-Barbero, que são como marcas culturais que constituem as identidades e as práticas sociais, ou ainda, em outras palavras, as *formas culturais*, entre elas o jornalismo.

Para uma melhor compreensão dessa *forma cultural*, relembra-se aqui os valores jornalísticos reconhecidos na contemporaneidade. Têm-se valores como critérios de noticiabilidade, a vigilância, o interesse público, entre outros elementos que, ademais de valores, cumprem o papel do que Williams (1979) chamou de ativação de reconhecimento. Conforme Traquina (2005), esses elementos, hoje tão intrínsecos ao jornalismo, se estabeleceram nas sociedades anglo-americanas do século XIX, em um determinado contexto

sócio-político. O autor destaca, de outro lado, que o advento da democracia aliado a fatores sociais, econômicos e tecnológicos possibilitaram a implantação de um outro jornalismo – ao menos na compreensão desse autor. De maneira mais exemplificada, o que Traquina (2005) defende é que mudanças como a urbanização, o maior acesso à educação, o desenvolvimento industrial, o surgimento das rotativas e do telégrafo, por exemplo, permitiram que o jornalismo deixasse de ser baseado em opiniões, como era até então, e se baseasse em fatos e informações. Elementos culturais e técnicos estão imbricados desde a constituição da *forma* jornalística.

Esse desenvolvimento histórico da prática jornalística, oferece elementos que constituem a *forma* do jornalismo, mas ao mesmo tempo pode criar a ilusão de que essa *forma* se reproduz de maneira homogênea, com poucas variações, nos diferentes países. Contudo, é preciso ter claro que há nessa *forma* elementos arcaicos, residuais e emergentes (WILLIAMS, 1979) que se, de um lado, cristalizam determinados valores e aspectos, fazendo aquela *forma* ser reconhecida como jornalismo e não como literatura, por exemplo, de outro lado há a possibilidade, a partir da cultura, de que a forma abarque novas concepções. Tem-se, assim, a *forma cultural do jornalismo*, como mostra Williams (1990), e, portanto, sujeita a variações, de acordo com o território em que está inserida, das relações que nele se estabelecem, e das *matrizes culturais* as quais se vincula. Isso implica em compreender que as *formas culturais*, que possuem uma origem (*matriz*), vão se transformando no tempo-espaço, mas mantem uma certa relação com suas origens, uma filiação, que a torna reconhecível como tal.

Nessa constante transformação na qual estão inseridos os processos culturais, cabe lembrar que o jornalismo é uma prática em permanente diálogo com seus consumidores, anunciantes e fontes, com a sociedade como um todo. E dessa maneira, ele se desenvolve constantemente dentro de uma dinâmica que permite que valores considerados tradicionais sejam mantidos, para o seu reconhecimento como uma *forma cultural jornalística*, ao mesmo tempo em que esses valores, e demais elementos, vão se adaptando às novas realidades. Esse movimento está diretamente relacionado com as três categorias elencadas por Williams (1979), em um espaço-tempo-vivido. Essas categorias são apresentadas pelo autor para tratar da forma cultural literária, mas oferece uma abordagem compatível a qualquer outra, como, nesse caso, o jornalismo.

O arcaico, enquanto uma forma constitutiva da cultura, diz respeito a elementos do passado a serem revividos; já o residual é uma forma que se constitui no passado, mas segue em vigor no processo cultural, sendo também um elemento do presente; e o emergente é uma forma que dá conta de novos significados, valores e práticas, em contínua criação (WILLIAMS, 1979). Martín-Barbero (2003), ao tratar das *matrizes culturais*, baseado nessa tipologia de

Williams, afirma que o termo não evoca o arcaico: o que fazem as *matrizes culturais* é explicitar o que constitui a *forma* residual. Amaral (2004, p. 92) faz uma importante observação: “As matrizes não são marcos fixos, propriedades intrínsecas de um grupo, nem universos polarizados, mas um recurso sistematizador”.

Assim, entende-se que quando se pensa a *forma* e as *matrizes culturais* nos distintos modelos de jornalismo, tem-se formas plurais e um acionamento de *matrizes* igualmente plurais que sistematizam as práticas jornalísticas em um espaço-tempo-vivido. Há diferentes *matrizes culturais* coexistindo no sistema midiático e até mesmo no mesmo veículo. “Trata-se, muitas vezes, de expressões deformadas, re-funcionalizadas, mas que ativam uma memória que as coloca em contato com diversos imaginários” (AMARAL, 2004, p. 94). As *matrizes culturais* são consequências de conflitos socioeconômicos e culturais, articulam tradições, memórias e temporalidades, constituem resíduos e uma outra economia e cultura (MARTÍN-BARBERO, 2003).

A atividade jornalística, como se verá ao longo dos capítulos desta tese, é sistematizada a partir de diferentes *matrizes culturais* de acordo com seu modelo editorial e organizacional. Amaral (2004), a partir dos estudos de Sunkel (1985), afirma que a atividade jornalística tradicional, se baseia nos valores de uma matriz racional-iluminista, enquanto a imprensa popular está conformada a partir da matriz dramática²⁰. Ter clareza desses conceitos e reconhecer as *formas* e as *matrizes* se faz fundamental para pesquisar a produção cultural do jornalismo independente nos territórios latino-americanos em sua integralidade.

2.2 O circuito produtivo como metodologia de análise do jornalismo independente²¹

Pesquisadores dos Estudos Culturais, sejam eles de vertente britânica ou latino-americana, têm oferecido protocolos teórico-metodológicos que compreendem a totalidade da produção cultural – compreendida em toda sua amplitude –, inclusive oferecendo atualizações

²⁰ Amaral (2004) ressalta que Sunkel e Martín-Barbero a denominam de simbólico-dramática, mas que a pesquisadora opta pelo termo “dramática”, apenas, por entender que a matriz racional-iluminista também ter o componente simbólico.

²¹ Uma reflexão semelhante foi iniciada em um capítulo do ebook “Desenvolvimento Regional: diferentes leituras em convergência”, organizado por Mizaél Dornelles, publicado em meio digital pela editora The Help, no ano de 2020.

desses modelos, como é o caso de Jesús Martín-Barbero²². Outros proeminentes são Richard Johnson, Stuart Hall e Paul Du Gay²³.

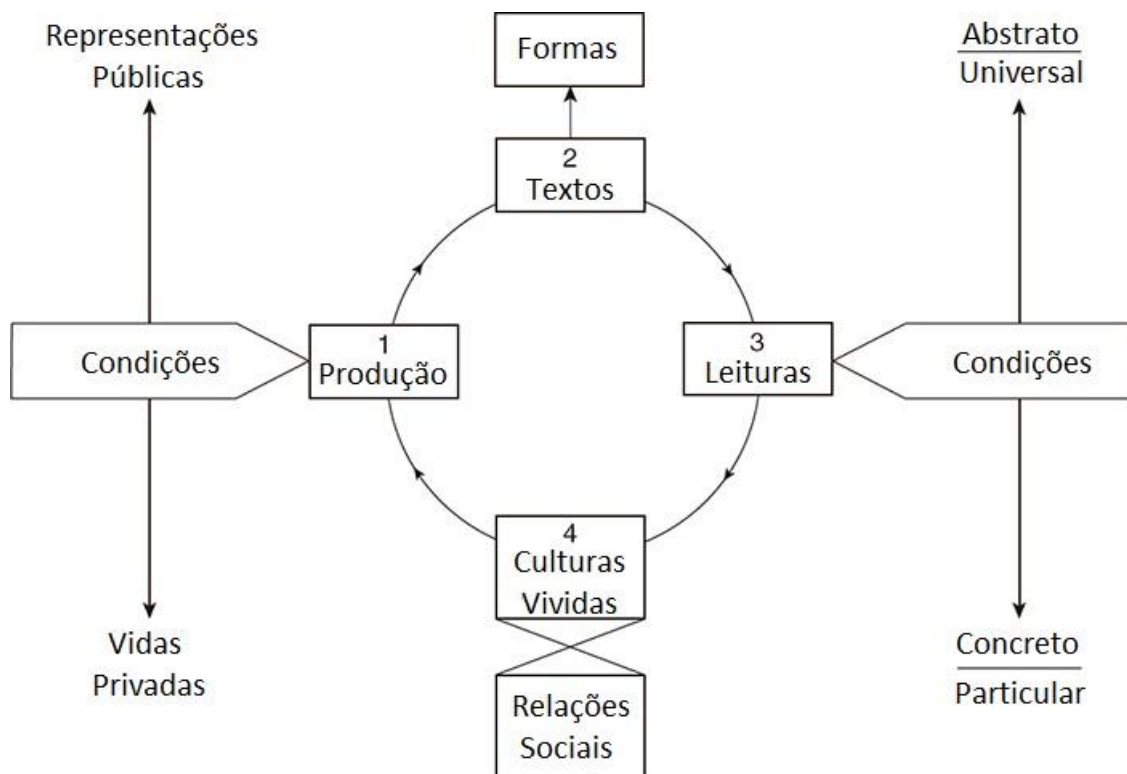
São protocolos que já têm sido aplicados em pesquisas em Comunicação – e também em outras áreas – relacionados à aportes teóricos-metodológicos. Encontram-se, ainda, em pesquisas interdisciplinares, no Desenvolvimento Regional, como mostram dissertações e teses desenvolvidas no Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional, da Universidade de Santa Cruz do Sul, ao menos desde 2011 (FELIPPI, BRANDT, 2020). Entre eles, as similitudes estão em abordarem os aspectos culturais em sua totalidade, ainda que as proposições de Hall e du Gay e de Johnson, sejam mais focados nos processos produtivos, e as de Martín-Barbero, nas mediações – teoria pela qual é reconhecido.

Em pesquisa anterior se fez uso da proposta de Johnson (2010) para uma investigação que abordava desenvolvimento e jornalismo, mais especificamente o jornalismo independente da *Agência Pública*, compreendido como um fenômeno de natureza cultural. Nessa proposta de Johnson (2010), como mostra a Figura 2, “o diagrama tem o objetivo de representar o circuito da produção, circulação e consumo dos produtos culturais. Cada quadro representa um momento nesse circuito. Cada momento depende dos outros e é indispensável para o todo” (JOHNSON, 2010, p. 33).

²² As propostas de Jesús Martín-Barbero estão compiladas em: IMMACOLATA, Maria. A teoria barberiana da comunicação. *Matrizes*, v. 12, n. 1, jan/abr, 2018. P. 39-63. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/145750/139740/>>.

²³ GAY, Paul Du, HALL, Stuart et al. *Doing Cultural Studies: the story of the Sony Walkman*. London: Sage Publication, 1997.

Figura 2 – Circuito da Cultura, de Richard Johnson



Fonte: JOHNSON (2010, p. 35).

Para começar a compreender as possibilidades metodológicas da proposta de Johnson (2010, p. 75), faz-se necessário destacar o interesse do autor, a partir do modelo, na “vida subjetiva das formas sociais”. Nessa citação de Johnson tem-se dois elementos importantes para os EC, como visto na seção anterior: o elemento da subjetividade e da forma – lembrando que, a partir de Williams (1990), o jornalismo é, ou possui, uma *forma cultural*. Destaca-se, também, o entendimento de que qualquer prática social pode ser analisada desde os pressupostos dos Estudos Culturais, como reforçado anteriormente.

O modelo representado na Figura 2, tem o intuito de, em sua ideia de integralidade, permitir que o processo de produção perpassasse os distintos momentos do circuito, que são numerados de 1 a 4. Apesar de o autor optar por uma representação numerada, enfatiza que a produção cultural não tem ponto de começo e de fim, pois se dá de maneira cíclica. A ideia é que a produção gere um produto – nominado por Johnson de “texto” –, e que esse produto cause um determinado consumo – ou leituras – e que esse consumo devolva algo às “culturas vividas”, que nada mais é do que o cotidiano da sociedade, ou o espaço-tempo-vivido. Essas culturas vividas, por sua vez, vão influenciar na produção e assim o ciclo segue. Destaque ainda, para o elemento *formas*, relacionado a *textos* no diagrama, e, também para as “condições”, de leitura

e de produção, que de acordo com o autor proponente, são condições capitalistas, indicando a necessidade de um aporte interdisciplinar para as pesquisas que o adotem.

Esse modelo pressupõe que não se possa mais delimitar o campo da cultura em práticas especializadas. Na compreensão de Johnson sobre cultura, [...] todas as práticas sociais podem ser analisadas pelo viés da cultura, principalmente, por sua prática subjetiva. Isso vale, portanto, para a mídia e nela a prática jornalística, que perpassa todos os aspectos da produção, do produto, da recepção e dos seus efeitos na sociedade, transformados naquilo que Johnson caracteriza como *culturas vividas*. (OLIVEIRA, 2017, p. 49).

Para compreender o circuito da cultura é preciso ter em mente, ainda, que por trás dessas práticas existem organizações e sociedade (ou sujeitos) – a estrutura – e suas subjetividades. Canclini (2004, p. 32) contribui no entendimento desse conjunto de elementos.

La sociedad es concebida como el conjunto de estructuras más o menos objetivas que organizan la distribución de los medios de producción y el poder entre los individuos y los grupos sociales, y que determinan las prácticas sociales, económicas y políticas. Pero al analizar las estructuras sociales y las prácticas, queda un residuo, una serie de actos que no parecen tener mucho sentido si se los analiza con una concepción pragmática, como realización del poder o administración de la economía.²⁴

Esse “resíduo” ao qual Canclini se refere é a cultura, que permeia todo o processo cultural – ou jornalístico, como enfatiza essa pesquisa.

Outro destaque importante em relação a proposta de Johnson, e que auxilia na compreensão do que o autor denomina de “condições” capitalistas no diagrama, bem como dos outros elementos, na lateral do desenho, relacionados às condições, é de onde vem a base para proposição desse circuito da cultura, qual seja, o circuito do capital, apontado por Karl Marx.

O circuito envolve movimentos entre o público e o privado, mas também movimentos entre formas mais abstratas e mais concretas. Estes dois polos estão relacionados de forma bastante estreita: as formas privadas são mais concretas e particulares em seu escopo de referência; as formas públicas são mais abstratas, mas também têm uma abrangência maior. (JOHNSON, 2010, p. 38).

Ao fazer uso desse protocolo teórico-metodológico em pesquisa anterior, observou-se a necessidade de algumas adaptações ao diagrama, para que esteja mais afinado às abordagens do Desenvolvimento Regional, diz respeito, especialmente, a deixar mais explícita às análises referentes aos aspectos como economia, política e sociedade – já que a cultura está mais do que evidente no desenho –, bem como para aproximá-lo dos objetos de análise da Comunicação e

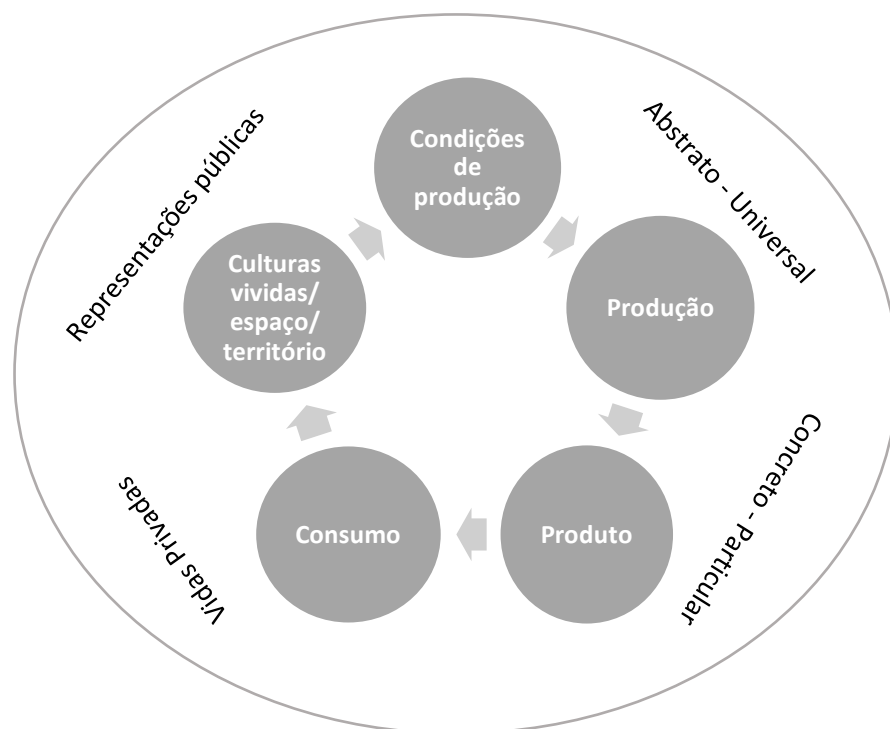
²⁴ “A sociedade é concebida como o conjunto de estruturas mais ou menos objetivas que organizam a distribuição dos meios de produção e do poder entre os indivíduos e os grupos sociais, e que determina as práticas sociais, econômicas e políticas. Mas ao analisar as estruturas sociais e as práticas, fica um resíduo, uma série de atos que não parecem ter muito sentido se são analisados com uma concepção pragmática, como realização do poder ou administração da economia” (CANCLINI, 2004, p. 32, tradução nossa).

do Desenvolvimento Regional e, no caso dessa pesquisa, mais especificamente, no jornalismo independente.

Na pesquisa intitulada *Desenvolvimento e jornalismo: a estratégia produtiva da Agência Pública na perspectiva da informação como fator de expansão da liberdade*, evidenciou-se que, na compreensão de processos, sejam eles de cunho cultural ou social, o elemento externo, no circuito de Johnson (2010), as condições de produção, tem papel fundamental na compreensão da integralidade desse processo, necessitando, assim, integrar o diagrama, como um de seus momentos.

Na pesquisa em questão, em que se analisou a estratégia produtiva de uma organização de jornalismo independente, por meio do circuito da cultura da Johnson (2010), a partir das condições de produção é que foi possível compreender o funcionamento desse fenômeno cultural. Nesse sentido, pensando nas particularidades das pesquisas em Desenvolvimento Regional, se propõe o seguinte diagrama, como uma adaptação do circuito da cultura às pesquisas dessa área, e, também a ser utilizado nessa investigação (Figura 3).

Figura 3 – Proposta de diagrama metodológico para pesquisas em Comunicação e Desenvolvimento Regional



Fonte: Elaborado pela autora a partir de Johnson (2010).

No diagrama proposto na Figura 3, os elementos que eram laterais ao circuito passam a se inserir em um ambiente que circunda os momentos do processo produtivo. Eles representam movimentos – termo utilizado por Johnson (2010) – não apenas entre eles mesmos, mas também, e principalmente, movimentos que interagem com os momentos do processo produtivo de formas culturais e que auxiliam na sua compreensão. Outra modificação metodológica, e gráfica, é o fato de se incluir o momento “condições de produção”, além da alteração das terminologias, o que é justificado na sequência. As setas indicam a continuidade do processo, de forma cíclica, como já enfatizava Johnson (2010), e, também a remoção dos números, para reforçar a ideia de que não há um começo e um fim neste processo, e sim um *continuum*.

Os chamados momentos do circuito constituem as categorias analíticas dessa pesquisa. Opta-se aqui por começar por Culturas Vivas. Adota-se o conceito de cultura de Williams (1989), para quem a cultura é “ordinária”, ou seja, comum, que diz respeito ao cotidiano das pessoas, ao modo como elas vivem e os valores atribuídos a esse modo de viver. Assim, em Culturas Vivas, considerando um estudo de Comunicação e Desenvolvimento Regional, é o momento da pesquisa em que se investiga as particularidades do território, sendo o território o *locus* onde se dá o processo a ser analisado. Nessa pesquisa, especificamente, os territórios latino-americanos, entendidos como um recorte espacial (e por isso também se incluiu o termo *espaço*), compreendendo essa categoria como a expressão cultural e comunicacional da sociedade (FELIPPI, 2020a).

No momento seguinte, Condições de Produção, é onde se trabalha com categorias relacionadas à política, economia e relações de poder, tão caras ao Desenvolvimento Regional (THEIS, 2019), mas também à Comunicação e aos Estudos Culturais. Oliveira (2017), por exemplo, ao investigar a estratégia produtiva de uma organização jornalística, analisou nesse momento a constituição da organização, a equipe, sua gestão, política editorial e formas de financiamento, pois condicionam o momento de Produção jornalística nas organizações que são o recorte dessa tese.

A relevância dessa categoria para a investigação, a partir dessa proposta metodológica, é de que esses aspectos, vistos em Condições de Produção, interferem de forma mais direta em Produção, e que são influenciados, por sua vez, pela Cultura. Ou seja, entende-se que é a compreensão de uma multidimensionalidade condicional que permite o entendimento integral desse processo de um fenômeno cultural.

É possível que as categorias Produção e Produto sejam as mais claras. Trata-se do *fazer* nesse processo, as ações que, como resultados das Condições de Produção, geram um Produto. Por fim, mas não como momento último do circuito, já que ele é processual, tem-se o momento

Consumo, que consiste em compreender quem é o público consumidor do Produto gerado pela Produção e, principalmente, como esse consumo ocorre.

Já os *movimentos*, como são chamados por Johnson (2010), se relacionam com os *momentos*, e por isso foram representados graficamente circundando as etapas do processo produtivo. Entende-se que cada *momento* está relacionado, de alguma maneira, com esses *movimentos*, entre o público e o privado, e o abstrato e o concreto. O autor explica que o *público* é mais *abstrato*, na medida em que possibilita diferentes abstrações, e também tem maior abrangência, se aproximando do *movimento* de *universalidade*. E o *privado*, é mais *concreto* e mais *particular*, de acordo com Johnson (2010).

Esses *movimentos* podem ser pensados a partir de um exemplo de um processo produtivo qualquer. Toma-se aqui a produção jornalística das organizações estudadas nessa tese. A *La Silla Vacía*, por exemplo, enquanto era um projeto, uma discussão entre os seus fundadores, era algo *privado*, bem como as investigações, enquanto são discutidas na reunião de pauta semanal. No entanto, conforme esse projeto se desenvolve e é posto no ar, seja o próprio site ou uma de suas investigações, ele ganha uma forma *pública* e *concreta*, pois deixou de ser *privado*. Porém, apesar de *concreto* e *público*, ainda é *abstrato*, pois o produto (ou resultado) que se torna *público* e ganha uma forma *concreta*, esconde o processo (*particular* e *privado*).

Ao ser lido, ou consumido, esse produto, que ganhou uma forma *pública* e *concreta*, retorna ao âmbito *privado* e ao *particular*, pois o consumidor, a partir daquela *forma concreta*, o consome e interpreta, *privadamente*. De acordo com Johnson (2010, p. 41), “nas condições sociais modernas, esses processos são intrínsecos aos circuitos culturais e eles são produzidos por *relações de poder*, ao mesmo tempo que as produzem”.

Destaca-se o fato de não mais aparecer o elemento *formas*. Ainda que seja um conceito importante para a análise desta tese, optou-se por retirá-lo do desenho, por se compreender que todo o processo produtivo diz respeito à *forma cultural*, não apenas em um momento. Metodologicamente, nessa pesquisa, os *momentos* são tomados como categorias analíticas, e sempre tendo presente os *movimentos* entre *público* e *privado* e *abstrato* e *universal*, que auxiliam a evidenciar as relações de poder. Como se explicitará no capítulo seguinte, as relações de poder são um aspecto importante na compreensão dos territórios. Com essa análise, se alcança uma compreensão integral e processual do fenômeno estudado e, ao fim, uma visão sistêmica do processo investigado.

2.3 Percurso metodológico da pesquisa

A partir da compreensão do jornalismo como forma cultural e, portanto, sujeito a um processo produtivo, composto de distintos momentos interligados e relacionados, é que se aplicará essa proposta de adaptação do circuito da cultura como protocolo metodológico para a análise das experiências de jornalismo independente nos territórios latino-americanos, de maneira especial nas organizações delimitadas para essa pesquisa: *Agência Pública* (Brasil), *Animal Político* (México), *Chequeado* (Argentina), *Contra Corriente* (Honduras), *GK.city* (Equador), *La Silla Vacía* (Colômbia), *Nómada* (Guatemala) e *Sudestada* (Uruguai).

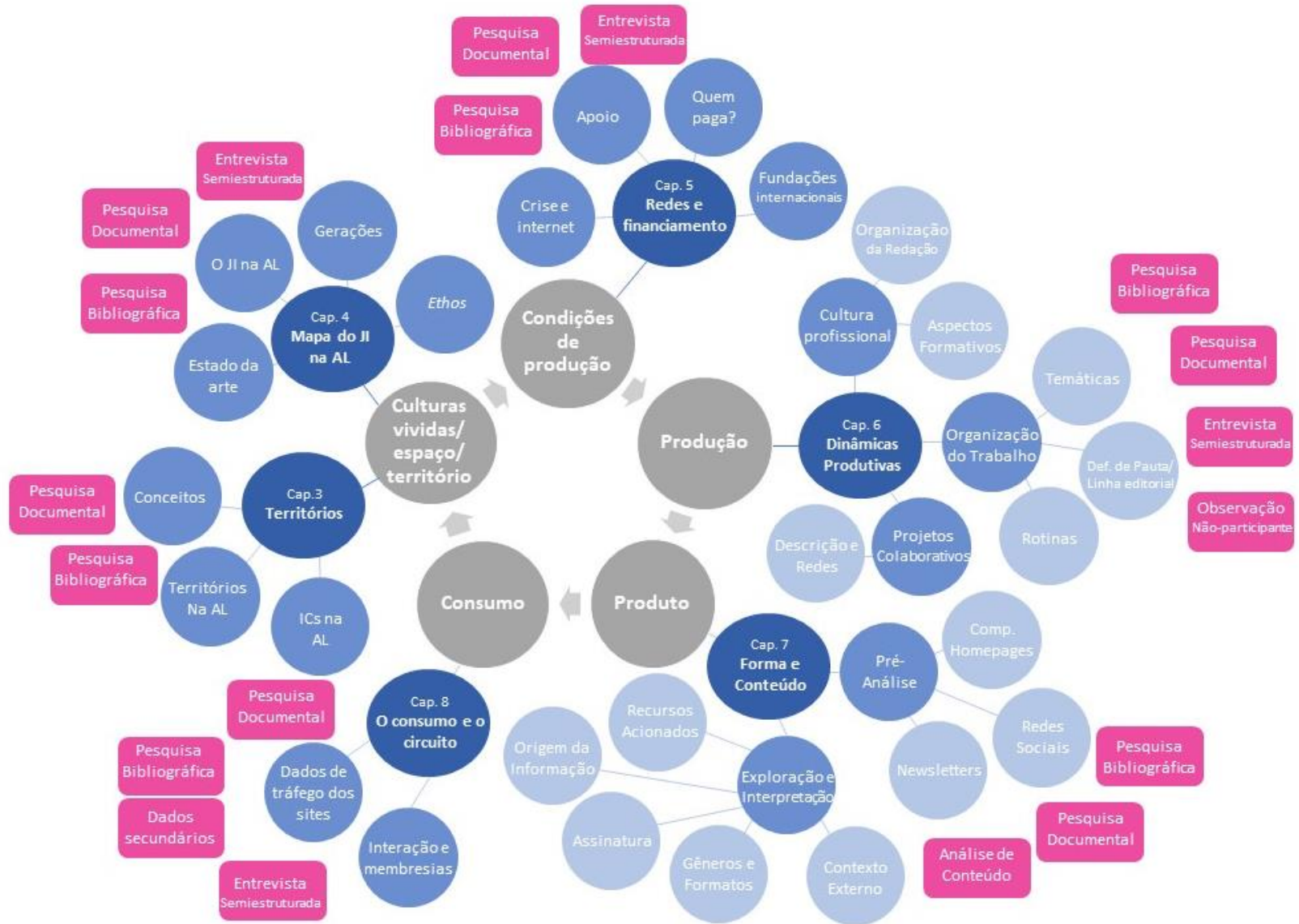
Inicialmente, pensou-se no desenho da pesquisa estritamente a partir do diagrama do circuito, aplicado às organizações selecionadas para essa tese, que eram três: *Agência Pública*, *La Silla Vacía* e *Sudestada*. A delimitação em três veículos se deu com a intenção de melhor contemplar os territórios latino-americanos, já que é para essa região que a pesquisa se propõe a olhar. Ocorre que, com o andamento da pesquisa, foi possível contatar jornalistas e profissionais de outros países latino-americanos, principalmente a partir do período de estágio na Colômbia. De maneira geral, chegou-se a essa delimitação a partir de diversos aspectos. O primeiro deles tem relação com a recorrência com que essas experiências aparecem nos levantamentos e pesquisas, chamando atenção para um determinado grupo de independentes, pela visibilidade que possuem. Esse grupo, evidentemente, é maior do que o delimitado. Outro aspecto tem relação com a aproximação do campo durante o período de doutorado sanduíche na Colômbia e as possibilidades de contato com alguns desses produtores de jornalismo independente. Há ainda outro aspecto que diz respeito às articulações e redes entre as organizações. Por exemplo, a Agência Pública é representativa no contexto latino-americano por sua presença na *Fundación Gabo* e os projetos colaborativos com jornalistas dos demais países da América Latina; de maneira muito semelhante, a diretora executiva de *Chequeado* integra a equipe de *SembraMedia*.

A realização de um semestre de Doutorado Sanduíche, financiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), por meio do seu Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE), possibilitou, entre outras experiências, a aproximação da pesquisadora com o jornalismo independente latino-americano para muito além das fronteiras brasileiras. O Doutorado Sanduíche ocorreu de agosto de 2019 a janeiro de 2020, na Facultad de Comunicación y Lenguaje, da Pontificia Universidad Javeriana, em Bogotá, na Colômbia, tendo como tutora a professora Dra. Maryluz Vallejo Mejía.

Ultrapassada a barreira do idioma, que acaba por distanciar o Brasil de seus vizinhos latinos, teve-se a oportunidade de participar de diversos eventos com foco no jornalismo e fazer parte da pesquisa de campo e, principalmente, ter uma melhor compreensão da dinâmica desse tipo de jornalismo na América Latina. Dois eventos se destacam nesse sentido. O primeiro contato foi durante o XII Encuentro de Periodismo de Investigación, organizado pelo Consejo de Redacción²⁵, e que reuniu expositores de dentro e fora da América Latina, além de contar com a presença, em seu público, de tantos outros profissionais da área. O outro, foi o Festival Gabo, organizado pela Fundación Gabo, em Medellín, que reuniu ainda mais jornalistas. Nessa ocasião, realizaram-se algumas das entrevistas para essa tese e se estabeleceu o contato para outras, feitas posteriormente. Diante dessa experiência, e da possibilidade que ela gerou, optou-se por ampliar a pesquisa para as oito organizações já mencionadas. Passou-se a ter como suporte os dados coletados sobre o trabalho de jornalismo independente também em outros países, com essa aproximação.

²⁵ <https://consejoderedaccion.org/>

Figura 4 – Percurso metodológico da pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Assim, a tese se estrutura, na sequência desse capítulo teórico-metodológico, como mostra o esquema da Figura 4, com uma contextualização dos territórios latino-americanos, especialmente em relação à sua formação histórica e, também, do processo de constituição das indústrias culturais midiáticas. Trata-se de um capítulo teórico-descritivo, que tem presente as categorias do circuito da cultura e de seus movimentos entre público e privado, e abstrato e universal, que produzem relações de poder, que vão construindo materialmente os territórios, sobretudo, simbolicamente. Nele, a partir da técnica da pesquisa bibliográfica, busca-se fazer uma discussão acerca do conceito de território e a partir disso, apontar sucintamente como os arranjos territoriais foram se construindo na América Latina e, ainda, a constituições das indústrias culturais nesse processo. Assim, identifica-se como as novas experiências jornalísticas se constituem enquanto produto cultural e simbólico do território latino-americano.

Na sequência, entendido como parte do circuito que diz respeito à *cultura*, exploram-se pesquisas que tiveram como objeto de estudo o jornalismo independente, no intuito de demonstrar a dificuldade que há em nomear esse jornalismo, justamente pela falta de uma definição, e também os desencontros conceituais. Utiliza-se, portanto, também da técnica de pesquisa bibliográfica. É também a partir dessa técnica que se faz uma primeira aproximação com algumas características desse jornalismo independente, não só na América Latina, mas também em outras partes do mundo. E utiliza-se, a pesquisa documental, para tratar das gerações do jornalismo independente na América Latina, bem como também de entrevistas semiestruturadas.

No momento do circuito que diz respeito às condições de produção, utiliza-se a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e as entrevistas semiestruturadas. A pesquisa documental se dá a partir da consulta nos *sites* de jornalismo independente, nos diferentes países, bem como nas páginas de organizações como *SembraMedia*, *Fundación Gabo*, *Open Society*²⁶, entre outros. E as entrevistas, que são instrumentos ricos para a compreensão do fenômeno. Identifica-se e analisa-se nesse capítulo, em especial, as relações que se estabelecem em rede nos territórios latino-americanos e as fontes de ingressos financeiro das organizações pesquisadas.

As entrevistas listadas no Quadro 1, ao fim dessa seção, oferecem dados também para o capítulo seguinte, no qual, visando o momento da produção, analisa-se a prática do jornalismo independente. Metodologicamente tem-se como guia os preceitos do *newsmaking* para olhar

²⁶ <https://www.opensocietyfoundations.org/>. A Open Society é apresentada no Capítulo 5.

para esse fazer jornalístico, suas dinâmicas produtivas e, nelas, a cultura profissional, a organização do trabalho e dos processos produtivos (WOLF, 2009). Para tanto, vale-se, principalmente da técnica de entrevista semiestruturada e da observação não-participante, com diário de campo, realizada na redação de *La Silla Vacía*, em Bogotá, em 25 de novembro de 2019, durante o estágio de doutorado sanduíche.

No momento Produto, por sua vez, faz-se uma análise de conteúdo (BARDIN, 1977) dos sites das oito organizações. Inicia-se com uma leitura flutuante, na pré-análise, dessas páginas, suas composições e número de publicações, bem como de suas redes sociais e *newsletters*, tendo como recorte temporal o mês de agosto de 2020. Já na exploração do material e tratamento dos resultados a análise se delimita aos textos que estavam em destaque nos sites, na data delimitada, que são investigados a partir de categorias propostas por Silva e Maia (2011): contexto externo, gêneros jornalísticos e seus formatos, assinatura, origem da informação e recursos visuais/adicionais.

Por fim, como momento restante do circuito, tem-se o Consumo, onde buscou-se dados junto as organizações jornalísticas sobre o consumidor da informação produzida pelos veículos selecionados. Na ausência dessas informações, utilizou-se a ferramenta *Similar Web*, especializada na medição de tráfego de sites, que permitem analisar métricas de acesso, que dão conta do volume de acessos, suas origens geográficas e virtuais, de maneira a compreender como esse conteúdo é consumido, e também os temas de interesse desses consumidores. Nesse momento do circuito, se identificam ainda as memberships como uma possibilidade de interação entre as organizações e suas audiências, em um processo de retroalimentação.

O Quadro 1 apresenta os entrevistados para essa tese, onde aparecem nomeados ao lado de seus cargos e organizações. No entanto, na sequência da tese esses sujeitos são acionados apenas pelos seus cargos e organizações, pois se entende que falam desde um lugar institucional. O mesmo critério é utilizado para identifica-los na lista de referências. As entrevistas semiestruturadas foram realizadas a partir de um roteiro pré-estabelecido (Apêndices A, B e C), que se desdobraram a partir do diálogo com os entrevistados.

Importante esclarecer que a entrevistada Maria Teresa Ronderos, foi consultada para essa pesquisa por ter dirigido o programa da *Open Society* para o jornalismo independente e, portanto, é assim identificada ao longo do texto. Contudo, como mostra o Quadro 1, a jornalista também fundou *Verdad Abierta*²⁷, um site de jornalismo independente na Colômbia que investiga o conflito armado no país, e, desde 2019, dirige o *Centro Latinoamericano de*

²⁷ <https://verdadabierta.com/>

*Investigación Periodística (CLIP)*²⁸, responsável por muitos dos projetos colaborativos de jornalismo investigativo na América Latina, abordados no Capítulo 6. Tentou-se contato para entrevistas que acabaram não se concretizando com a direção de *SembraMedia*, com *CIPER*²⁹ (Chile), com *IDL-Reporteros*³⁰ (Perú), com *Confidencial*³¹ (Nicarágua), e com o *Knight Center for Journalism in the Americas*³², da Universidade do Texas.

Quadro 1 – Entrevistados para a pesquisa

| Cargo/Função | Nome | País de origem | Meio | Data | Tempo |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------|--------------|
| Diretora Executiva do Chequeado | Laura Zoomer | Argentina | Pessoalmente | 03/10/2019 | 25min |
| Fundadora, coeditora e editora da Agência Pública | Natália Viana | Brasil | Pessoalmente | 04/10/2019 | 40min |
| Diretora do Programa Velocidad, da SembraMedia | Vanina Berghella | Argentina | Pessoalmente | 04/10/2019 | 20min |
| Jornalista de La Silla Vacía | Maria Clara Calle | Colômbia | Pessoalmente | 31/10/2019 | 50min |
| Embaixadora da SembraMedia na Colômbia | Sara Trejos | Colômbia | Pessoalmente | 08/11/2019 | 57min |
| Ex-diretora do programa de jornalismo independente da Open Society (e fundadora do Verdad Abierta e diretora do Clip) | Maria Teresa Ronderos | Colômbia | Chamada pelo Whatsapp | 09/12/2019 | 45min |
| Cofundadora de Contra Corriente | Catherine Calderón | Honduras | Chamada pelo Whatsapp | 13/12/2019 | 30min |
| Editor Geral de La Silla Vacía | Juan Esteban Lewin | Colômbia | Pessoalmente | 17/12/2019 | 45min |
| Subdiretor editorial de Nómada | Eswin Quiñónez | Guatemala | E-mail ³³ | 08/01/2019 | - |
| Cofundadora e diretora editorial de GK.city | Isabela Ponce | Equador | Chamada pelo Whatsapp | 10/01/2020 | 30min |
| Editora geral de Animal Político | Tania Montalvo | México | Chamada pelo Whatsapp | 21/01/2020 | 17min |
| Diretor Geral e Cofundador da Fundación Gabo | Jaime Abello Banfi | Colômbia | Chamada pelo Whatsapp | 08/03/2020 | 31min |

²⁸ <https://www.elclip.org/>

²⁹ <https://www.ciperchile.cl/>

³⁰ <https://www.idl-reporteros.pe/>

³¹ <https://confidencial.com.ni/>

³² <https://knightcenter.utexas.edu/>

³³ Trata-se da única entrevista feita por e-mail, a pedido do entrevistado.

| | | | | | |
|-----------------------------------|--------------|---------|-----------------------|------------|----|
| Cofundador e Diretor do Sudestada | Pablo Alfano | Uruguai | Chamada pelo Whatsapp | 16/05/2020 | 1h |
|-----------------------------------|--------------|---------|-----------------------|------------|----|

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Essa pesquisa, assim, se dá, como a coleta de dados, respeitando os cinco momentos do circuito proposto, que constituem as categorias analíticas dessa pesquisa e dá conta de um *status* das organizações nos anos de 2019 e 2020. A problemática da pesquisa, que questiona como o jornalismo independente se configura enquanto forma cultural nos territórios latino-americanos é investigada a partir de um estudo do processo produtivo integral desses veículos. Após a análise por categorias, tem-se, então, a síntese do processo, por meio da interrelação da teoria e seus conceitos, bem como das informações coletadas, compreendendo a integralidade do fenômeno estudado. É de interesse da pesquisa, assim, compreender como essas experiências jornalísticas funcionam, da produção ao consumo, nos e para os territórios latino-americanos. Para tal, optou-se em ver o processo e compreender, especialmente, o que há de novo, e/ou diferente, nesse jornalismo, que os leva a se apresentarem como *independentes*, como uma distinção do que está no mercado, qual seja, um jornalismo tradicional e hegemônico.

3 TERRITÓRIOS LATINO-AMERICANOS

La primera condición para cambiar la realidad consiste en conocerla.
(GALEANO, 2016, p. 314).

O desenvolvimento da América Latina enquanto região apresenta semelhanças que vão além da sua contiguidade territorial, dada sua história social, política, econômica e de colonização. Trata-se de uma experiência histórica que se apresenta a partir das suas particularidades, como distinta e singular e que, assim, deve ser compreendida, valorizada e desenvolvida. Tanto as semelhanças, quanto as particularidades possíveis de serem identificadas na AL, levam a constituição de diferentes territórios, o que reflete não só em uma produção cultural característica, mas também no desenvolvimento e *práxis* de diferentes formas jornalísticas.

Esse desenvolvimento dos países latino-americanos compartilha experiências políticas, econômicas, culturais e sociais, assim como estabelece suas fronteiras simbólicas. Nesse sentido, Darcy Ribeiro (2010) ao argumentar sobre o processo de formação da AL, adota uma abordagem que defende que as implantações coloniais na região coexistiram, mas não conviveram. Evidência disso é o desenvolvimento e as tentativas de implantação de políticas de integração na região, que costumam esbarrar nos interesses das políticas econômicas de cada país, bem como a uma desconfiança entre os países vizinhos, como constatam Souza e Silveira (2014), constituindo o que Martín-Barbero (2003) chama de *matriz territorial*, que mais do que demarcar fronteiras, dá conta de um poder político no interior desses territórios.

É preciso considerar, no entanto, a semelhança da formação socioespacial latino-americana, historicamente marcada por uma relação de subordinação colonial europeia e, posteriormente, ao imperialismo norte-americano e ao sistema capitalista mundial (SOUZA; SILVEIRA, 2014). Trata-se, portanto, de um conjunto de experiências históricas, de tempos, que colocam a América Latina numa posição de região periférica. Nesse sentido, a Comissão Econômica para a América Latina e Caribe (CEPAL)³⁴, criada em 1948 pelo Conselho Econômico e Social das Nações Unidas com o objetivo de incentivar a cooperação econômica entre os seus membros, caracteriza o desenvolvimento econômico e social da região como altamente desigual. De acordo com o Panorama Social da América Latina de 2016, estudo

³⁴ A CEPAL é uma das cinco comissões regionais das Nações Unidas e sua sede está em Santiago do Chile. Foi fundada para contribuir ao desenvolvimento econômico da América Latina, coordenar as ações encaminhadas à sua promoção e reforçar as relações econômicas dos países entre si e com as outras nações do mundo. Posteriormente, seu trabalho foi ampliado aos países do Caribe e se incorporou o objetivo de promover o desenvolvimento social.

elaborado pela CEPAL, reconhece-se que o desenvolvimento desigual da região é um fenômeno multidimensional, causado por inúmeros fatores.

Castro (2015), ao fazer uma discussão sobre a integração latino-americana, reconhece essas semelhanças na região e afirma haver uma história, uma cultura e uma identidade em comum na América Latina, bem como projetos comuns de desenvolvimento – esses projetos comuns também são pensados em um espaço-tempo comum. O que o autor propõe converge para a compreensão de desenvolvimento regional com a qual se trabalha, de fortalecer a unidade da região com vistas a fazer frente às imposições e arbitrariedades do imperialismo e da globalização.

A partir de uma perspectiva do território, mais especificamente, com o conceito de desenvolvimento territorial de Pecqueur (2005, p. 12), que o compreende como sendo “todo processo de mobilização dos atores que leve à elaboração de uma estratégia de adaptação aos limites externos, na base de uma identificação coletiva com uma cultura e um território”, essa pesquisa entende que o processo de formação da América Latina se deu a partir de diferentes tempos históricos e, portanto, trata-se de uma região constituída por diferentes arranjos territoriais. Nesse processo de formação do território, ressalta-se o protagonismo do elemento cultural enquanto aspecto fundamental e indissociável de formação dos territórios latino-americanos. Nesse sentido, esta pesquisa se ancora numa abordagem cultural que compreende que a cultura, a produção e a prática social são expressas pelas representações simbólicas nos territórios e, como já destacado na introdução dessa tese, o entendimento dos territórios enquanto uma mediação para compreender os processos comunicacionais.

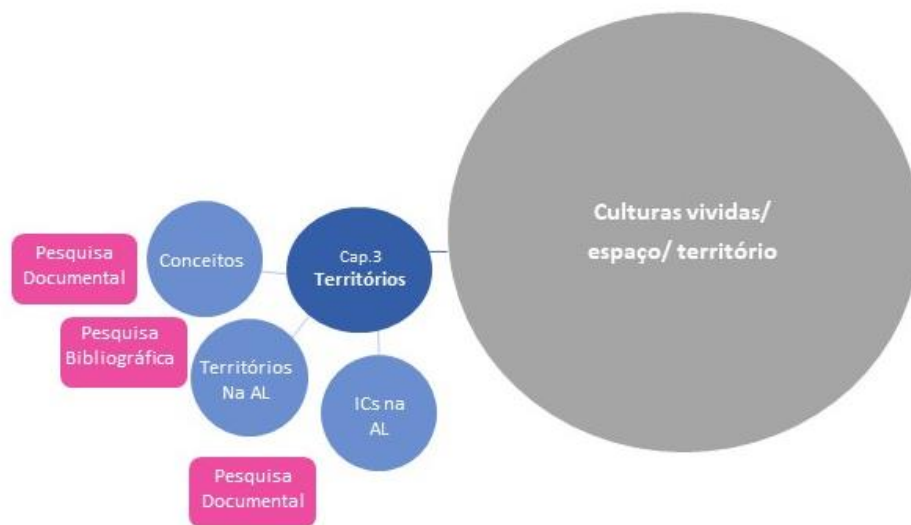
Da mesma forma que a produção cultural, o conceito de território também tem a ver com as relações de poder. Haesbaert (2004) afirma que o território diz respeito ao sentido mais concreto de poder, no sentido de dominação, e, ainda, no sentido simbólico, de apropriação, a partir de uma abordagem da geografia cultural. Para esse pesquisador, o território e seus processos, devem ser analisados a partir dos sujeitos e seus processos sociais. Destaca, ainda, que toda relação social é uma relação de poder e que, portanto, contempla até mesmo as formas mais sutis de poder simbólico.

Interessante observar, diante da aproximação que propõem esta tese, qual seja, do jornalismo, enquanto uma forma cultural, e integrada ao processo de constituição dos territórios na América Latina, a proposição de Haesbaert (2004), quando este argumenta sobre a importância de se distinguir os territórios a partir de uma lógica avessa ao processo de homogeneização que ocorre com o fenômeno da globalização. O autor afirma que é preciso levar em consideração os sujeitos e instituições sociais que os constroem, sendo cada qual

dotada de agentes, como por exemplo o próprio Estado, as igrejas, as escolas, a mídia, entre outros. Raymond Williams escreveu sobre cultura e sociedade, e não sobre território, mas, ainda assim, contribui nesse entendimento da heterogeneidade da sociedade. Para Williams (1989, p. 4) “toda sociedade humana tem sua própria forma, seus próprios propósitos, seus próprios significados [...] toda sociedade humana expressa isso nas instituições, nas artes e no conhecimento”. Se tratando de Williams, pode-se acrescentar que se expressa também na cultura. E essa forma da sociedade é o território.

Esse capítulo aborda, como indicado no anterior, o momento *Cultura*, do circuito da cultura proposto como protocolo metodológico para esta tese (Figura 5), e aborda conceitualmente o termo território, bem como o desenvolvimento dos territórios latino-americanos e de suas indústrias culturais, a partir do entendimento do mesmo enquanto uma mediação para a compreensão do processo produtivo do jornalismo.

Figura 5 – Esquema metodológico do Capítulo 3



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Ao adotar o território como parte desta investigação, assume-se a necessidade de compreendê-lo a partir de uma perspectiva temporal, uma vez que a territorialização, como destacam Haesbaert e Limonad (2007), se dá por meio de profundas transformações ao longo da história. Essa pesquisa, assim, busca compreender o território latino-americano a partir da formação das indústrias culturais na região, compreendendo nesse capítulo, em um primeiro momento, as aproximações conceituais entre território, territorialidade e cultura, e, na

sequência, fazendo uma discussão da colonização e desenvolvimento dos territórios latino-americanos, bem como da formação das suas indústrias culturais.

3.1 Territórios: aproximações iniciais

Vista como força de mudança histórica capaz de transformar a realidade social, a produção cultural, e nela a produção jornalística, como explicitado no capítulo anterior, ocupam lugar de centralidade no mundo contemporâneo. Hall (1997) sugere que, nessa configuração cultural, o jornalismo promove a circulação de informação e de conhecimento, sendo um dos principais meios de circulação de ideias na sociedade, sustentando, inclusive, os circuitos globais de trocas de informação – como é o caso das agências internacionais de notícias. A produção jornalística promove, além disso, o circuito do capital, dos investimentos, da produção de bens materiais e/ou simbólicos.

A produção cultural, enquanto uma prática social, se expressa por meio de representações simbólicas no espaço geográfico e a comunicação, portanto, se constitui nessa relação entre cultura e espaço (FELIPPI; BRANDT, 2020). Para as autoras, a materialização dos processos culturais se dá nos territórios, sendo a cultura capaz de abordar os desafios sociais e políticos dos territórios.

Abordou-se de maneira sucinta na introdução desta tese, os elementos chave na compressão de território, a partir de Haesbaert (2004), sendo esses um recorte espacial de construção material e simbólica, a partir das atividades de produção, definido pelo uso dos sujeitos em sociedade e suas relações de poder, sendo, assim, um espaço-tempo-vivido. É nisso que essa seção se detém, de maneira a refletir sobre esses conceitos que servirão para a compreensão da constituição da forma do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

As categorias de espaço e tempo estão presentes em diferentes campos do conhecimento e aparecem, algumas vezes, uma na articulação com a outra, sendo que o que as une é a técnica. Santos (2014, p. 55) afirma que as técnicas participam da produção e da percepção do espaço e também do tempo, “tanto por sua existência física, que marca as sensações diante da velocidade, como pelo seu imaginário”.

Santos (2014) define o espaço como o resultado da ação dos homens sobre o próprio espaço, intermediado pelos objetos, naturais e artificiais. Ele corresponde ao conjunto de formas localizadas entre o homem e a natureza, mais a vida que os anima, sendo uma construção horizontal que resulta da intrusão da sociedade nas formas-objeto, em um sistema de valores

que se transforma permanentemente (SANTOS, 2014). O espaço é, assim, formado tanto pelo resultado material acumulado das ações humanas através do tempo, quanto animado pelas ações atuais que lhe atribuem dinamismo e funcionalidade.

Harvey (2015) entende que há três abordagens para espaço. Uma absoluta, que corresponde ao espaço físico, fixo, onde vivemos. As outras são do espaço relativo e do espaço relacional, sendo que ambas as compreensões dependem da articulação com o tempo, seus aspectos temporais. Nesse sentido, do espaço-tempo, Santos (2014, p. 84) afirma que o tempo é visto enquanto processo histórico, sendo o espaço uma acumulação desigual de tempos.

Essa perspectiva relacional do espaço-tempo, explica Harvey (2015), implica na ideia de relações internas e influências externas, ambas constituintes do espaço em processos através do tempo. “Um evento ou uma coisa situada em um ponto do espaço não pode ser compreendida em referência apenas ao que existe somente naquele ponto. Ele depende de tudo o que está ao redor dele (HARVEY, 2015, p. 130). De mesmo modo, compreender o fenômeno do jornalismo independente nos territórios latino-americanos, implica no reconhecimento desse espaço-tempo onde ele se forma, pois, ainda de acordo com Harvey (2015), aquilo que se faz e pensa é completamente dependente do espaço-temporal ao qual se vincula. Santos (2014, p. 54) contribui nessa compreensão.

Tempo e espaço são realidades históricas [...]. Em qualquer momento, o ponto de partida é a sociedade humana em processo, isto é, realizando-se. Essa realização dá-se sobre uma base material: o espaço e seu uso; o tempo e seu uso; a materialidade e suas diversas formas; as ações e suas diversas feições.

Espaço e tempo também são categorias vistas pelo viés dos Estudos Culturais, mais especificamente, enquanto eixos para se pensar a mutação comunicativa e cultural contemporânea, proposto por Martín-Barbero (2018)³⁵, para quem a relação entre espaço e tempo se dá pelo modo em que se vive hoje tempos diversos. “Hablar de tiempo es hablar de tiempos de la vida cotidiana, los tiempos de la guerra, los tiempos de las ciudades, los tiempos de crear espacios. Habitamos diversidad de tiempos”³⁶ (MARTÍN-BARBERO; RINCÓN, 2019, p. 20). A coexistência dos diferentes tempos pode ser compreendida, entre outras possibilidades, pela convivência das distintas *formas culturais* apontadas por Williams, e mencionadas no capítulo anterior (arcaicas, residuais e emergentes).

³⁵ Nessa proposta de Martín-Barbero, os outros eixos são migrações e fluxos.

³⁶ “Falar de tempo é falar dos tempos da vida cotidiana, dos tempos de guerra, dos tempos das cidades, dos tempos de criar espaço” (MARTÍN-BARBERO; RINCÓN, 2019, p. 20, tradução nossa).

Rocha e Roche (2019) definem tempo e temporalidade desde uma perspectiva da cultura. O primeiro diz respeito a uma noção criada para explicar as transformações pelas quais passa a sociedade, o que remete à ideia de tempo enquanto processo histórico, como em Santos (2014). Já a segunda, a temporalidade, dá conta da experiência com o tempo, ou seja, é identificada a partir do uso social do tempo, que define o ritmo da vida humana, tanto desde um ponto de vista do indivíduo quanto da sociedade (ROCHA; ROCHE, 2019).

Desde essa perspectiva cultural o espaço e o tempo carregam memória e história, e, assim como propõe Harvey (2015), um não pode ser pensado sem a relação com o outro, “los tiempos em qué lugar, desde qué lugar”³⁷ (MARTÍN-BARBERO, RINCÓN, 2019, p. 20). Esse “lugar”, que não apenas lugar, mas espaço, é produto, condição e reflexo da sociedade – e logo, também da cultura – sendo uma das dimensões da sociedade, assim como a economia, a política e outras.

O espaço, nessa relação com o tempo, articula as distintas temporalidades sociais. Santos (2014) chama atenção para o fato de o espaço ser o suporte, e também a condição, para a relações globais. Nesse sentido, o pesquisador propõe duas segmentações nos arranjos espaciais: as verticalidades e as horizontalidades.

Enquanto as horizontalidades são, sobretudo, a fábrica da produção propriamente dita e o *locus* de uma cooperação mais limitada, as verticalidades dão, sobretudo, conta dos outros momentos de produção (circulação, distribuição, consumo) sendo o veículo de uma cooperação mais ampla, tanto econômica e politicamente, quanto geograficamente. (SANTOS, 2014, p. 284).

Em um espaço-tempo marcado pela globalização as verticalidades são o arranjo espacial predominante, na qual, de acordo com Santos (1994), os agentes que detém a hegemonia do poder e do capital se apropriam do território. As verticalidades dão conta de imposições feitas por forças exógenas, em um movimento *top-down*, que desconsidera a participação dos atores e suas demandas, atuando a serviço dos atores hegemônicos. “São os vetores da integração hierárquica regulada, doravante necessária em todos os lugares da produção globalizada e controlada à distância” (SANTOS, 1994, p. 26). As verticalidades asseguram o funcionamento global da sociedade e da economia, promovendo uma interação vertical, dependente e alienada, geradora de competitividade e exclusão social (SANTOS, 2003).

Já as horizontalidades correspondem a uma atuação na perspectiva do interesse comum, da solidariedade e da equidade, sendo uma via contra o processo de globalização (SANTOS, 2003). Diz respeito, como esclarece Santos (2003, p. 53) à “produção local de uma integração

³⁷ “Os tempos em que lugar, de que lugar” (MARTÍN-BARBERO, RINCÓN, 2019, p. 20, tradução nossa).

solidária, obtida mediante solidariedades horizontais internas, tanto de natureza econômica, social e cultural como propriamente geográfica”.

Santos (2014) afirma que a união vertical dos lugares é a tendência atual, na medida em que créditos internacionais são ofertados às regiões mais pobres, o que possibilita que as redes que estão a serviço do capital se estabeleçam nos territórios. Contudo, o autor também destaca a potencialidade dos territórios para se fortalecerem horizontalmente a partir de ações que se construam das demandas daquele território, tendo como base a coesão da sociedade civil e estando a serviço de um interesse coletivo.

Nesse sentido, Felippi, Villela e Silveira (2019) ressaltam que também é no espaço, na articulação com o tempo e com seus usos, ou seja, nos territórios, em que se realizam projetos alternativos e de resistência às lógicas globais, que promovem um outro desenvolvimento, mais solidário, inclusivo e sustentável. São nesses projetos de resistência que o jornalismo independente parece se incorporar.

Espaço e tempo estão, pois, permeados de modos de viver, a partir das interações sociais que sustentam. Em outras palavras, estão carregados de elementos culturais. O território, assim, é um recorte espacial que reúne esse conjunto de articulações de espaço-tempo, a relação homem e natureza, e as interações socioculturais que pressupõem disputas e relações de poder. “El territorio expresa el tiempo en la medida en que está formado por elementos históricos y culturales de los grupos que se apropian del espacio y lo hacen territorio; cargan identidades, pero también conflictos y luchas” (FELIPPI; VILLELA; SILVEIRA, 2019, p. 111).

Os territórios são definidos por Haesbaert e Limonad (2007), e aqui se adota essa conceituação, como uma construção histórica, que se dá a partir das relações concretas e simbólicas de poder, e que ocorrem, não só, mas também, entre sociedade e o espaço geográfico. Como afirma Etges (2005),

Um território só existe a partir da materialidade que lhe é dada pelo seu uso. Mais do que simples base física, um território traz a marca de gerações que ali viveram e trabalharam; é resultado dos embates políticos, econômicos e sociais que se travaram entre seus habitantes [...], acima de tudo, é resultante do tipo de organização social ali criada. (ETGES, 2005, p. 12).

Por território, portanto, compreende-se a apropriação de determinado espaço resultante das relações de poder e da ação social dos diferentes atores (FLORES, 2006). Trata-se de um espaço de construção social, relacionado aos limites geográficos, mas não só, “é o resultado de uma ação social que, de forma concreta e abstrata, se apropria de um espaço (tanto física, como simbolicamente)” (FLORES, 2006, p.4). Nesse sentido, Etges (2001) complementa ao dizer

que o território é um campo de contradições entre o Estado e o mercado e entre o uso econômico e o uso social dos recursos. O território pode ser tanto um espaço real, quanto um espaço imaginado.

Haesbaert (2012) propõe que o território pode ser definido a partir de diferentes dimensões: a política, que tem relação com a ação do Estado; a econômica, relacionada a divisão do trabalho e da luta de classes; e a cultural, que se expressa a partir das relações simbólicas com o espaço, sejam elas individuais ou coletivas. O território, assim, é ao mesmo tempo apropriação, em um sentido mais simbólico, e, também é domínio, no tocante a perspectiva do concreto e do político econômico, a partir desse entendimento de um espaço socialmente compartilhado (HAERSBAERT, LIMONAD, 2007).

Dinâmico, material e cultural, o território é um espaço de articulação de estratégias de desenvolvimento, condicionando e sendo condicionado pelas atividades, produções e relações de poder. Cabe resgatar que o território simbólico, é conceituado por Haesbaert (2004) como o território construído a partir dos processos de apropriação e representação, além de ser expresso pelas territorialidades, conceito que será apresentado na sequência.

Se o território é condicionado pelas relações de poder, ele se constitui, material e simbolicamente a partir dessas relações, que pressupõem disputas. Na produção cultural está a produção jornalística, que gera discursos e múltiplas leituras da realidade, integrando-se a essas disputas. Esses discursos, enquanto disputas, contribuem para construir o lugar dos muitos grupos sociais e de seus sujeitos nos territórios, dando muita, pouca ou nenhuma visibilidade a determinadas demandas sociais. Para Iqani e Resende (2019), no jogo do poder, os discursos midiáticos criam e inventam territórios.

Para Raffestin (1993) o trabalho, a energia e a informação estão projetadas no território e manifestam as marcas dessas relações de poder, sendo um dos trunfos do poder a informação. O território é, assim, ao mesmo tempo resultado de uma produção, e de uma apropriação, de uma dimensão material, constituída a partir das atividades produtivas, mas também é resultado de uma dimensão imaterial, que guarda relação com a ideologia, o imaginário e as práticas sociais e culturais que nele ocorrem. Constitui-se, portanto, de uma articulação entre o material e o simbólico, envolvendo processos econômicos, políticos e culturais.

Nesse mesmo sentido, ainda que com uma classificação diferente, Pecqueur (2005) diferencia o território dado do território construído, sem necessariamente serem excludentes. O primeiro diz de uma divisão político-administrativa, de uma decisão *top-down*, e se configura enquanto um suporte, algo pré-existente. Já o território construído, “é o resultado de um processo de construção pelos autores” (PECQUEUR, 2005, p. 13), e diz do espaço de

pertencimento, de apropriação, e se constrói a partir dos significados partilhados pelos atores sociais, como passa com os diferentes territórios latino americanos, por exemplo. O entendimento de território construído guarda relação com a construção simbólica produzida pelo jornalismo – ainda que o seja por diferentes atores e instituições.

O conceito de território, como mostra Haesbaert (2012), é acompanhado por uma grande polissemia. Diante disso, o autor propõe o que chama de abordagem integradora do território, que contempla tanto sua dimensão material, quanto a simbólica, no que diz respeito aos aspetos naturais, políticos, econômicos e culturais. Destaca, no entanto, que a depender de um recorte de análise, um desses aspectos pode ganhar mais destaque, mesmo que em uma abordagem integradora, o que ocorre nessa tese, a depender da abordagem acerca dos territórios latino-americanos que esteja fazendo.

Para o autor, portanto, são duas possibilidades:

[...] ou admitir vários tipos de territórios que coexistiriam no mundo contemporâneo, dependendo dos fundamentos ligados ao controle e/ou apropriação do espaço, isto é territórios políticos, econômicos e culturais, cada um deles com uma dinâmica própria, ou trabalhar com a ideia de uma nova forma de construirmos o território, se não de forma “total”, pelo menos de forma articulada/conectada, ou seja, integrada. Pelo menos no nível individual ou de grupo, precisamos de alguma forma partilhar um espaço que, no seu conjunto, integre nossa vida econômica, política e cultural. (HAESBAERT, 2012, p. 76).

Nesta pesquisa de tese, entre as muitas abordagens teóricas sobre o que é território, adota-se essa compreensão integrada proposta por Haesbaert (2012). Ou seja, olha-se para a região da América Latina como um conjunto de arranjos territoriais que se constituem, ao mesmo tempo, em relações políticas, econômicas e culturais e, por conseguinte, materiais e simbólicas. Identifica-se, assim, como será melhor explicitado na próxima seção, diferentes territórios latino-americanos, mas todos eles construídos e construindo relações nas multidimensões e sempre permeados pelas relações de poder. Ocorre que, em razão do objeto de investigação ser a prática jornalística, uma prática, em sua maioria, simbólica, tem-se um pouco mais de atenção a esse aspecto territorial.

Haesbaert (2012) destaca a existência dessa dimensão simbólica no território, que se dá, dentre outras formas, pela identidade territorial que os grupos sociais atribuem ao espaço em que vivem, constituindo, também, uma forma de apropriação. Nessa relação de apropriação – e dominação, quando considerada a dimensão mais concreta –, o território se desdobra, de acordo com o autor, em um *continuum* de dominação e apropriação.

Interessante observar como o entendimento da dimensão simbólica dos territórios está relacionado à abordagem cultural. Canclini (2004) traz os conceitos marxistas de valor de uso

e valor de troca, para acrescentar um terceiro, o valor de signo e valor de símbolo, referindo-se aos processos de significação, ou, nas palavras de Haesbaert (2012), de apropriação. É a cultura, portanto, sendo vista como um processo social, como pontua Canclini (2004) abaixo, assim como os territórios.

[...] relaciones de sentido, que organizan la vida social, las relaciones de significación. El mundo de las significaciones, del sentido, constituye la cultura. [...] Se puede afirmar que la cultura abarca el conjunto de los procesos sociales de significación, o, de un modo más complejo, la cultura abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social.³⁸ (CANCLINI, 2004, p. 33-34).

Mesmo em uma abordagem integradora, Haesbaert (2012) reconhece que as esferas material e simbólica não possam ser separadas, os grupos sociais e instituições, se territorializam ora por um caráter mais funcional, ora por um caráter mais simbólico. E isso ocorre de acordo com as dinâmicas de poder desenvolvidas em seus espaços. E esse *continuum*, que se observa nos processos de territorialização, implica em múltiplos processos, aos quais a comunicação, e nela o jornalismo, se integram.

Para Haesbaert e Limonad (2007, p. 44), há, assim, “uma imensa gama de territórios sobre a superfície do globo terrestre, e a cada qual, corresponde uma igualmente vasta diversidade de territorialidades”. A compreensão acerca da territorialidade expressa os comportamentos vividos nos territórios, depende das normas e valores sociais e culturais vigentes (PECQUEUR, 2005); é formada pelas relações sociais, tanto existenciais quanto de produção (RAFFESTIN, 1993). A territorialidade, como mostra o autor, se dá nas relações mantidas pelos indivíduos, sua maneira de pertencer àquela sociedade, por meio de mediadores ou instrumentos. Em outras palavras, territorialidade

Pode ser definida como um conjunto de relações que se originam num sistema tridimensional sociedade-espaco-tempo. [...] a multidimensionalidade do vivido territorial por meio de um conjunto de relações fomentadas pelo homem que pertence a uma sociedade, geradora de exclusividades, com relações exteriores promotoras de alteridades e mediadas através de instrumentos tais como língua, religião, cultura, trabalho, dentre outros. (RAFFESTIN, 1993, p. 160-161).

O conteúdo do território, suas relações cotidianas sociais, constituem a territorialidade. Ou, ainda, como afirma Haesbaert (2012), ora as territorialidades dizem respeito à formação dos territórios, ora a sua dimensão simbólica-identitária. Pode-se afirmar, assim, que a produção jornalística – sempre pensada em sua integralidade – media essas relações, inserindo-se, assim,

³⁸ “[...] relações de sentido, que organizam a vida social, as relações de significação. O mundo das significações, do sentido, constitui a cultura. [...] Pode-se afirmar que a cultura abarca o conjunto dos processos sociais de significação, ou, de um modo mais complexo, a cultura abarca o conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo da significação da vida social” (CANCLINI, 2004, p. 33-34, tradução nossa).

no processo de construção das territorialidades. Corrêa (2009), no tocante a esse conceito, explica que se trata de um conjunto de práticas materiais e simbólicas, fazendo parte do processo subjetivo de consciência da sociedade em fazer parte de determinado território.

Reis e Zanatti (2017), ao escreverem sobre a comunicação e as territorialidades, a partir do poder da cultura, afirmam que o estudo das territorialidades pode ser observado desde uma perspectiva da análise da atividade humana, no tocante à semantização do espaço territorial. Para as autoras, as territorialidades se dão a partir das dinâmicas das relações sociais, políticas, econômicas e culturais. Isso implica nas formas da vida comum – ou, na cultura (WILLIAMS, 1989) – que por sua vez são atravessadas pelas relações de poder, e conseqüentemente pelo controle, ritualizações, linguagem e técnica. Hall (1997, p. 2) contribui com esse debate ao afirmar que a mídia é como um “sistema nervoso” responsável por revoluções que impactam sobre a cultura, sobre o sentido que os indivíduos dão as suas vidas e, por consequência, o sentido que dão ao lugar em que vivem.

Essas breves conceituações a partir da geografia permitem observar que a cultura, e os processos culturais, são inerentes às formações dos territórios, seja em relação a sua representação ou apropriação. Na relação com os territórios, a produção cultural oferece à sociedade significados, sentidos, hegemonias e contradições, que são ressignificados quando consumidos. A dimensão simbólica dos territórios implica, assim, nesse processo cultural de significação. Reis (2017a, p. 23), identifica que os dispositivos de comunicação existentes na sociedade se constituem em um “poderoso vetor”, que impulsiona a construção dos territórios e das territorialidades.

A comunicação e suas mídias, este conjunto de linguagens e equipamentos destinados a dar corpo e movimento às narrativas na contemporaneidade, tornou-se maquinaria necessária para o estar neste mundo ampliado da contemporaneidade. Nas suas diversas escalas espaciais, as mídias se justapõem e sobrepõem formando elas mesmas uma territorialidade que incide fortemente sobre outras e sobre o nosso cotidiano. (REIS, 2017a, p. 24).

Textos que abordam as questões relacionadas ao território e à territorialidade, diversas vezes, também trabalham com os conceitos de comunicação e informação, afirmam Reis e Zanatti (2017, p. 15), “em espacial quando se amplia o debate para além de uma compreensão estritamente geográfica”. Em Santos (2014) e Raffestin (1993), encontram-se exemplos disso. Santos (2014) menciona a comunicação e, principalmente seus instrumentos técnicos como elementos centrais na organização do poder na contemporaneidade. A recordar, na abordagem de Santos, num primeiro momento, a natureza era o meio técnico determinante e, depois, o que predomina, é o meio-técnico-científico-informacional, conceito cunhado pelo autor e analisado

considerando as horizontalidades e verticalidades nos territórios. Santos (2014) ressalta, ainda, a importância dos meios de comunicação no processo de construção das territorialidades, bem como na percepção de cada indivíduo em relação ao território que habita.

Já para Raffestin (1993), a comunicação é central no espaço abstrato. Cabe destacar que para esse autor, comunicação é a transferência de informação. Agrega, aí, o conceito de circulação, pois compreende que tanto homens quanto bens postos em circulação são portadores de informação e, conseqüentemente, comunicam algo. A comunicação e a circulação, portanto, para Raffestin (1993, p. 204), são duas dimensões que estão lado a lado na constituição das territorialidades, e “contribuem para modelar o quadro espaço-temporal que é todo o território”.

Identifica-se nesses dois autores, o que Reis e Zanetti (2017, p. 18) afirmam sobre os meios de comunicação, ou seja, que se tratam de meios capazes de “estabelecer diferentes territorialidades a partir do modo como a informação é produzida e posta em circulação no tempo e no espaço, num determinado contexto social”. O jornalismo, enquanto fenômeno cultural, produtor de discursos e de significados postos em circulação, está inserido no processo sócio-político-econômico dos territórios, oferecendo aos seus consumidores representações da espacialidade humana, pois como afirma Haesbaert (2006), os territórios traduzem elementos culturais de uma maneira muito própria.

Tem-se, ainda nesse debate, as recentes contribuições em Resende (2019) e em Iqani e Resende (2019), que escrevem sobre as territorialidades narradas, como a uma representação midiática e uma produção de significados acerca dos territórios. Os autores partem do entendimento de territórios plurais que estão em constante disputa, ancorando-se, entre outros, nos textos de Milton Santos. A compreensão sobre a definição de territorialidade, para esses autores, é um elemento central no que chamam de construção social dos territórios, produzindo um fenômeno de conexão simbólica com o território. Para os autores, a mídia não apenas está inserida nos territórios, como também é responsável por produzir narrativas sobre esses territórios.

In the media territory, as well as in the territory we all experience as part of our (everyday) lives, narratives are constantly flowing and conflicting and, therefore, inevitably producing distinct territorialities. There is an ongoing game of power and affection, where representations are always effectively mobilizing senses of belonging and non-belonging, reverberating, generating, producing, and inventing territories.³⁹ (IQANI; RESENDE, 2019, p. 25).

³⁹ “No território da mídia, assim como no território que todos nós experienciamos em nossas vidas diárias, narrativas estão constantemente fluindo e entrando em conflito e, portanto, inevitavelmente produzindo territorialidades distintas. Existe um jogo ativo de poder e afeto, aonde representações estão sempre efetivamente mobilizando sentimentos de pertencimento e não-pertencimento, reverberando, gerando, produzindo e inventando territórios” (IQANI; RESENDE, 2019, p. 25, tradução nossa).

Outra expressão utilizada por Resende (2019) diz respeito às geografias inventadas, que tem origem no entendimento de que as narrativas inventam geografias, como as narrativas – ou os discursos – midiáticos. O autor defende que as narrativas constroem espacialidades e que essas narrativas dependem de estratégias, interesses e interpretações, nomeando e determinando geografias físicas (territórios). Ou seja, se os territórios se constituem a partir das relações sociais e de disputas de poder, tem-se aqui, em Resende (2019), uma reiteração do que vem sendo dito nessa tese, que a mídia está inserida nessas relações e nessas disputas.

Se as narrativas inventam geografias, como afirma Resende (2019, p. 8) – o que podemos reinterpretar aqui como o produto midiático inventando geografias – é porque, como enfatiza o autor, elas reorganizam o espaço social⁴⁰, ocultam e revelam diferenças, “according to the interests of those who are in control of the power”⁴¹.

Assim, investigar a produção jornalística em sua processualidade, tendo como orientação os Estudos Culturais, e como base o entendimento sobre a coexistência de múltiplos territórios latino-americanos, é compreender o jornalismo, na constituição das formas de viver em sociedade, de reconhecer e pertencer a um território, desde uma perspectiva que entende que esses processos são agenciadores de aspectos sociais, políticos, econômicos e culturais. Reafirma-se, portanto, que se trata de uma relação de constituição mútua, entre territórios e jornalismo. Com essa seção, evidenciou-se os caminhos teóricos e relacionais que toma essa tese, para então interpretar, em um primeiro momento, a construção dos territórios latino-americanos, desde uma perspectiva mais histórica e, na sequência a constituição das indústrias culturais, especialmente as midiáticas, nesse contexto, já evidenciando essa relação mútua.

3.2 Os territórios latino-americanos

Em 1982, ao receber o Nobel de Literatura, Gabriel García Márquez, jornalista e romancista colombiano, classificou de “realidad descomunal” o que vivia a América Latina. García Márquez, nesse conhecido discurso, questionou o porquê havia liberdade aos latino-americanos, como ele, na literatura, mas as tentativas da região para uma mudança social eram negadas. Questionou também por que a justiça social, que avançava entre os países europeus, não podia ser um objetivo latino-americano. É o próprio García Márquez quem responde: “la violencia y el dolor desmesurados de nuestra historia son el resultado de injusticias seculares y

⁴⁰ Nesse texto, o autor usa ora o termo territórios, ora espaço social, mas está claramente sempre se referindo aos territórios.

⁴¹ “De acordo com o interesse daqueles que estão no poder” (RESENDE, 2019, p. 8, tradução nossa).

amarguras sin cuento, y no una confabulación urdida a 3 mil leguas de nuestra casa”⁴² (GARCÍA MÁRQUEZ, 1982, online).

O discurso de García Márquez, conectado à realidade latino-americana, faz referência, ainda que indiretamente, a condição de subalternidade da região, primeiro, no período colonial (1942-1808), submissa à Europa e, mais tarde ao imperialismo norte-americano. Cabe destacar que o termo “América Latina” se institucionalizou com a criação da Comissão Econômica para América Latina e Caribe, em 1948, mas sua origem remete ao século XIX, da expressão Europa Latina, utilizada para diferenciar os países europeus de língua neolatina, ou seja, aquelas que tem origem no latim, como o português, o espanhol e o francês. Entende-se, aqui, América Latina, como sendo constituída pelos países da América do Sul, América Central e, ainda, o México, pois como afirma Ciappina (2013, p. 9),

[...] América Latina, América española, Iberoamérica, Indoamérica: distintas denominaciones para una misma realidad, desde el Río Bravo hasta la Antártida, un vasto territorio de gran diversidad territorial, cultural e histórica, que se reconoce a sí misma por compartir procesos histórico-sociales comunes. No sólo la lengua española o el portugués (idiomas fácilmente comprensibles entre sí) unifican y vinculan a las naciones latinoamericanas. Todos los territorios desde México hasta la Antártida comparten mucho más que la lengua (de hecho, el inglés, el francés y los idiomas de los pueblos originarios se hablan en vastas regiones del continente); comparten una historia común.⁴³

Para compreender a realidade descrita por García Márquez, em seu célebre discurso ao receber o Nobel de Literatura, em 1982, e as injustiças às quais se refere, é preciso revisitar a história da América Latina, lembrando que se tratam de múltiplos territórios arranjados e que, portanto, ainda que possam possuir uma história em comum, com datas em comum, isso não significa dizer que o processo de colonização ocorreu de forma tão homogênea e simultânea.

Atribuir o “descobrimento” do continente americano a Cristóvão Colombo, quando em 1492 desembarcou nas ilhas onde hoje se localizam as Bahamas, conferindo a esse momento quase como o início do continente, é não reconhecer seus povos originários e seu legado, principalmente, na cultura. Além de ser a adoção de um discurso eurocêntrico, no qual os territórios passavam a existir graças às expedições europeias. Para Porto-Gonçalves e Quental

⁴² “a violência e a dor excessivas da nossa história são o resultado de injustiças de séculos e incontáveis amarguras, e não uma conspiração há 3 mil léguas da nossa casa” (GARCÍA MÁRQUEZ, 1982, online, tradução nossa).

⁴³ “[...] América Latina, América española, Ibero América, Indo América: diferentes denominações para uma mesma realidade, desde o Rio Bravo até a Antártida, um vasto território de grande diversidade territorial, cultural e histórica, que reconhece a si mesma por compartilhar processos histórico-sociais comuns. Não apenas a língua espanhola ou o português (idiomas facilmente compreensíveis entre si) unem e vinculam as nações latino-americanas. Todos os territórios desde o México até a Antártida compartilham muito mais que a língua (de fato, o inglês, o francês e os idiomas dos povos originários se falam em vastas regiões do continente); compartilham uma história em comum” (CIAPPINA, 2013, p. 9, tradução nossa).

(2012, p. 5), a narrativa do desenvolvimento da América, nesse período, é uma visão restrita de mundo cristão europeu “que posiciona a Europa como centro do mundo, descartando, mais uma vez, a contemporaneidade e coexistência dos povos”.

No entanto, é preciso reconhecer que é a partir daí que a América, seus povos originários de diferentes raízes étnicas e culturais, passam a estar, de alguma maneira, integrados com o restante do mundo. Uma integração que se deu a partir da exploração das riquezas naturais da região e do genocídio de sua população autóctone, fornecendo à metrópole as matérias-primas que necessitavam, em nome do progresso e civilização. Em outras palavras, a América fornecia suas maiores riquezas aos países europeus em troca de exploração. Ou, ainda, como afirmou Galeano, ao retratar o caso específico da América Latina (2016, p. 18-19):

[...] A história do subdesenvolvimento da América Latina integra, como já se disse, a história do desenvolvimento do capitalismo mundial. *Nossa derrota esteve sempre implícita na vitória alheia, nossa riqueza gerou sempre a nossa pobreza para alimentar a prosperidade dos outros: os impérios e seus agentes nativos. Na alquimia colonial e neocolonial, o ouro se transformou em sucata e os alimentos se convertem em veneno. (...) Do mesmo modo, e simetricamente, o bem-estar de nossas classes dominantes - dominantes para dentro, dominadas para fora - é a maldição de nossas multidões, condenadas a uma vida de bestas de carga.* (GALEANO, 2016, p. 14, grifo do autor).

Aqui se faz necessário pontuar alguns aspectos. Ainda que igualmente sendo fruto da colonização europeia, é preciso ter claro que enquanto o Brasil foi colonizado pelos portugueses, a América hispânica foi colonizada pelos espanhóis. E, ainda, que, de forma diferente, os norte-americanos, de acordo com Monasterio e Ehrl (2015), diferente de sofrerem um processo de colonização de exploração, como o mencionado, eles passaram por um processo de colonização que tinha como motivação o povoamento. E, nesse sentido, a religião foi mais um elemento que marcou a geopolítica europeia e, conseqüentemente, produziu repercussões na América como um todo – a oposição entre católicos, os latinos, e os protestantes, anglo-saxões (PORTO-GONÇALVES, QUENTAL, 2012).

Mais do que um recorte geográfico, a América Latina possui aproximações culturais e linguísticas que conformam a região. Contudo, mais incipiente que isso, como ressaltam Porto-Gonçalves e Quental (2012), o conceito guarda uma estratégia política e social, de cunho racial, como aponta Quijano (2005) e de inferiorização do outro. Tratam-se de territórios forjados, portanto, em uma colonização ibérica e em uma desigualdade econômica e social estruturais (MENDONÇA, 2009).

Os povos latino-americanos vão sendo constituídos a partir de indivíduos autóctones sobreviventes e sua miscigenação com os portugueses e espanhóis. Com o tempo, a América

Latina foi recebendo povos africanos, que entram na condição de escravos, como uma mão de obra barata que, com seu trabalho, continuavam a abastecer a Europa. Já a elite dominante, explica Ciappina (2013), foi formada a partir das elites europeias que migraram para a região. Ciappina (2013) explicita que o racismo ético e social sustentou o colonialismo ibérico na América Latina. Nesse processo, destaca o autor, também se deu a redução dos povos originários, com o genocídio já mencionado, e com isso a redução de etnias e de culturas.

A raça, para Quijano (2000), enquanto uma classificação da população, juntamente com as formas de controle do trabalho, são os elementos que estruturam as relações sociais e de poder na América Latina, nesse período, sob domínio e articulação europeia. O autor destaca que características fenotípicas, como a cor da pele, a textura do cabelo e formato de olhos e nariz, são utilizadas nesse processo de colonização como uma forma de diferenciar conquistadores e conquistados e, conseqüentemente, uma relação de superioridade e inferioridade. Já em relação às condições de trabalho, Quijano (2005), explica que as formas de controle e de exploração do trabalho passam a se articular em torno da relação capital-salário e do mercado mundial. Dessa forma, de acordo com o autor, a escravidão, a servidão, a pequena produção mercantil e o trabalho assalariado constituem o conjunto de relações de produção que formam o sistema capitalista emergente. O autor denominou essa classificação racial e padrão de controle e hierarquização de colonialidade do poder.

Assim, os territórios latino-americanos são multiculturais, como defende Canclini (2004), pois congregam essas diferentes etnias, o que implica na coexistência de muitas identidades e culturas. “Al sumarse indígenas, negros, criollos, mestizos, las migraciones europeas y asiáticas, lo que nos há ido sucediendo em campos y ciudades constituye um relato discontinuo, imposible de ler bajo um solo regimen o imagen”⁴⁴ (CANCLINI, 2002, p. 137). É o que Martín-Barbero (2003, p. 262) define como mestiçagem latino-americana, que implica no surgimento de uma “nova sensibilidade política” e também de uma linguagem que expressa a produção simbólica e política na cultura, misturando “saberes e sentires, seduções e resistências que a dialética desconhece”. É nessa mestiçagem, para Martín-Barbero (2003) em que se tornam pensáveis as formas e os sentidos adquiridos ao longo dos séculos pelas identidades em vigência cultural.

Mendonça (2009) contribui com essa discussão sobre o processo de colonização da América Latina e sua constituição étnica. Para o autor, trata-se de um movimento que, além de

⁴⁴ “Ao unir indígenas, negros, crioulos, mestiços e as migrações europeias e asiáticas, o que nos aconteceu nos campos e nas cidades constitui um relato descontínuo, impossível de ler apenas sob um regime de imagem” (CANCLINI, 2002, p. 137, tradução nossa).

tentar eliminar os povos autóctones, também se deu na construção de sociedades com base em representações dominadas pelo pensamento liberal, de forma verticalizada, sem considerar as particularidades culturais, principalmente, daqueles territórios.

Nas sociedades latino-americanas, o processo histórico forjou um conjunto de relações sociais e políticas específicas. Não houve, no sentido literal, integração/incorporação da economia local ao mercado mundial como ocorreu com as colônias de outros continentes. Houve a formação de uma nova sociedade, a partir da destruição em grandes proporções das comunidades autóctones e da criação e desenvolvimento de instituições baseadas exclusivamente nos modelos dos colonizadores. A própria economia latina foi criada como parte integrante do mercado mundial, naquela época em formação. Mesmo no caso da América hispânica, onde houve inicialmente exploração do ouro e prata a partir da espoliação das populações indígenas, as elites desenvolveram-se em função da implantação de atividades não tradicionais e com a quase dizimação dos povos indígenas. A espoliação foi – e continua a ser – complementar às atividades econômicas promovidas para atender as necessidades de matéria-prima das metrópoles e constituir um mercado ampliado para os países centrais ou um espaço para a valorização do capital financeiro globalizado. (MENDONÇA, 2009, p. 8).

Essa prática *top-down* não foi exclusiva do período colonial. Ela também é identificada, entre outras ações, nos programas de desenvolvimento que, a partir dos anos 1950, implantaram projetos na América Latina, principalmente, decorrentes da realidade norte-americana. Beltrán (1993) explica que esses projetos eram relacionados a problemas na agricultura, na educação, na saúde e com a demografia. Ocorre que se tratavam de programas elaborados a partir de uma realidade social, econômica e política distinta da vivenciada na América Latina naqueles anos, simplesmente replicados na região. Uma estratégia *top-down* e exógena de desenvolvimento, uma verticalidade, no conceito de Santos (2014). Um exemplo é um programa dos Estados Unidos, no início dos anos 1950, de assistência técnica e financeira para os países latino-americanos, com ênfase, justamente, na agricultura, na educação e na saúde. A *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO) contribui nesse movimento, com o intuito de construir nesses países sistemas modernos de agricultura. Era a chamada modernização da agricultura, que resultaria, no entendimento da época, em desenvolvimento.

Cabe destacar que nessa conjuntura, tinha-se a comunicação como um instrumento de viabilização desses projetos de desenvolvimento na América Latina. Em 1962, por exemplo, na Universidade de Michigan, nos Estados Unidos, o sociólogo rural Everett Rogers divulgou sua teoria que entendia que o motor da modernização da sociedade é a difusão de inovações (ROGERS, 1962) – e aqui modernização era sinônimo de desenvolvimento –, constituindo um paradigma na teoria da comunicação e desenvolvimento, que anos mais tarde foi questionada por Paulo Freire. Nessa esteira, ainda a partir dos Estados Unidos, tem-se Wilbur Schramm – comunicólogo da Universidade de Stanford – que publicou em 1964 uma pesquisa sobre

comunicação e mudança nos países em desenvolvimento. Para esse pesquisador, a comunicação era capaz de criar uma atmosfera para o desenvolvimento (SCHRAMM, 1970). Essa abordagem foi disseminada mundialmente, com o auxílio da UNESCO, e transformou Schramm em referência de assuntos correlatos à comunicação e desenvolvimento.

O que se observa já no final dos anos 1960 e, principalmente, nos anos 1970, são críticas a esse modelo, ancoradas em diferentes perspectivas, em diversos países da América Latina, bem como a constituição de redes de discussão sobre a temática. Essas críticas foram, certamente, impulsionadas pelo fracasso do desenvolvimento da região, bem como da comunicação enquanto um instrumento de progresso (BELTRÁN, 1993).

É provável que as primeiras, e mais duras críticas, a esse modelo de comunicação extensionista tenha partido de Paulo Freire, pedagogo brasileiro, quando estava em exílio no Chile, por conta da Ditadura Civil Militar no Brasil (1964-1985) com a publicação do livro *Comunicação ou extensão?*, em 1969. Freire (2011) defendia o diálogo livre e uma conscientização que levasse a emancipação e a democracia.

Aliado a isso, tem-se as crises do petróleo nos anos 1970, que evidenciaram a vulnerabilidade e dependência da região, e o crescimento da dívida externa. Nesse período, ganhou ainda mais destaque os apontamentos da Teoria da Dependência, com os países latino-americanos exportando suas matérias-primas por valores cada vez mais baixos e, em contrapartida, importando produtos manufaturados cada vez mais caros.

Assim, para Beltrán (1993, p. 4), uma região como a América Latina, que já era tão desigual, só viu crescer seus índices de desigualdade.

La aplicación ciega del modelo importado había llevado a tan desastrosa situación. Tras 20 años de esfuerzos y de inversiones que representaban millones de dólares no se había logrado ningún beneficio para las grandes mayorías. Estas se veían acosadas por los bajos salarios, cuando si no por el aumento del desempleo y padecían precios muy altos y a una aguda inflación. En cambio, las minorías poderosas se hicieron más ricas mientras que las masas ahora hacinadas en las ciudades se veían inundadas por migrantes expulsados del campo por la miseria.⁴⁵

O desenvolvimento da América Latina é historicamente pautado pelos países centrais, por modelos externos à sua realidade, por inúmeras verticalidades, ainda que não sem resistências. Canclini (1995) defende que a região foi inventada pela Europa em seu processo

⁴⁵ “A aplicação cega de um modelo importado levou a uma desastrosa situação. Depois de 20 anos de esforços e de inversões que representavam milhões de dólares não se havia conseguido nenhum benefício para as grandes maiorias. Estas se viam perseguidas pelos baixos salários, quando não pelo aumento do desemprego e padeciam com preços altos e uma aguda inflação. De outro lado, as minorias poderosas se tornaram mais ricas enquanto que as massas, nas cidades, se viam inundadas por migrantes expulsos do campo pela miséria” (BELTRÁN, 1993, p. 4, tradução nossa).

de conquista e colonização, inicialmente a partir de Portugal e Espanha e, na sequência, por intervenções da França, Inglaterra e outros países centrais. As relações de dependência estabelecidas, implicaram em conflitos e hibridizações, que também estiveram submissas aos Estados Unidos.

Há dois séculos os países latino-americanos deixaram de ser colônias, mas passaram a estar subordinados ao imperialismo norte-americano e “se fue reordenando en una posición periférica y dependiente dentro de un sistema mundial de intercambios desiguales diseminados”⁴⁶ (CANCLINI, 1995, p. xii-xiii). Contudo, o pesquisador chama a atenção para modificações na América Latina no período em que se dava a transição de subordinação da região – da Europa, para os EUA –, especialmente nos mercados agrícolas, industriais e financeiros, na produção, articulação e consumo de tecnologia e cultura, e também nos movimentos populacionais, que contribuíram com mudanças estruturais no caráter dessa dependência.

Mendonça (2009) ressalta que as riquezas latino-americanas, sejam elas materiais ou culturais, sempre chamaram a atenção dos países centrais e que, por isso também, essas nações são parte integrante e constitutiva da história e formação dos territórios na região. Esse processo de desenvolvimento, destaca o autor, se dá ora como acumulação e ampliação de valores materiais, ora como um desafio ou obstáculo, em decorrência das demandas sociais, demandas essas ignoradas no processo de acumulação e que se tornam desigualdades sociais. Para Mendonça (2009, p. 11-12), a

dependência condiciona o desenvolvimento socioeconômico e está expressa nas relações comerciais e financeiras com o restante do mundo. As exportações dos países latinos têm de ser cada vez maiores para garantir os recursos necessários ao pagamento dos bens e serviços importados, e também dos juros, das amortizações dos empréstimos realizados e da remessa de lucros dos investimentos estrangeiros. Os países centrais asseguram, desse modo, uma participação maior no valor total produzido para o mercado mundial.

Observa-se assim, que a desigualdade social nos territórios latino-americanos é histórica e multidimensional, caracterizada pela soma de diversos tempos, ou seja, guarda relação com seu período de colonização, em relação às etnias e às dinâmicas de trabalho estabelecidas, bem como está diretamente relacionado aos modelos de desenvolvimento que, além de adotarem, majoritariamente, modelos exógenos, ocorrem de forma a beneficiar os países centrais. Eduardo Galeano (2016, p. 15), em seu célebre texto sobre a América Latina, lamenta, que essa condição

⁴⁶ “foi-se reordenando em uma posição periférica e dependente dentro da disseminação de um sistema de mudanças desiguais” (CANCLINI, 1995, p. xii-xiii, tradução nossa).

de subalternidade ainda seja, na contemporaneidade, tão atual. Conforme o autor uruguaio, a região “continua a existir a serviço das necessidades de outros, como fonte e reserva de petróleo e ferro, cobre e carne, frutas e café, matérias-primas e alimentos destinados aos países ricos que ganham, muito mais do que América Latina vende produzindo-os”.

Faz-se necessário lembrar que os territórios latino-americanos, em sua maioria, voltaram ao jogo democrático a não mais que 30 anos e que, portanto, possuem democracias muito jovens e fragilizadas. As crises na política e na economia representam, frequentemente uma ameaça de retrocesso na região, vide o que se observa em países como Brasil, o que gera uma instabilidade política-institucional em países já fragilizados. Evidentemente que o fim dos regimes militares representou uma importante virada na história desses territórios, mas não se pode esquecer que a opção passou a ser pela doutrina neoliberal, como a política econômica adotada, tornando esses territórios cada vez mais desiguais. Petry (2008) ressalta que um número significativo de sujeitos perde, progressivamente, seus direitos e atributos de cidadania: falta emprego, vivem em áreas sem saneamento básico, não possuem acesso à saúde e não possuem acesso aos avanços tecnológicos.

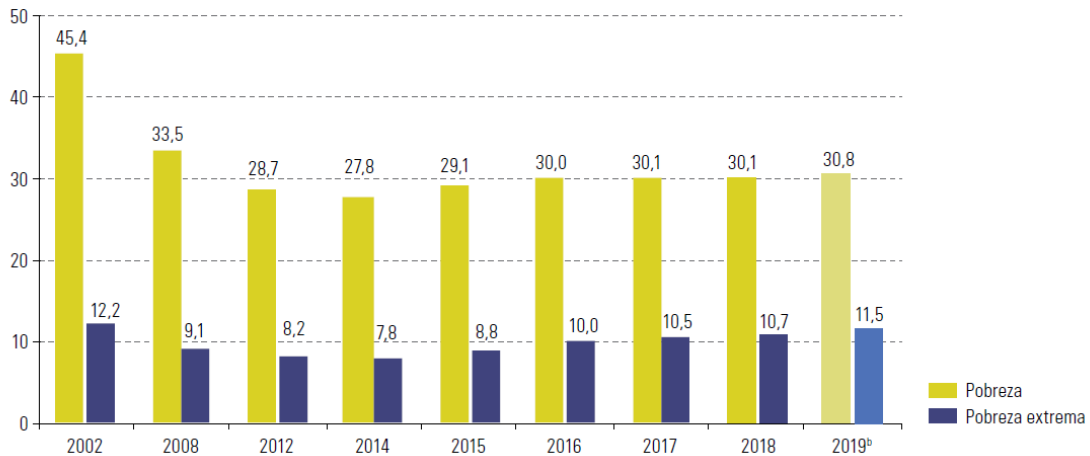
A América Latina, nessas duas décadas de século XXI, viveu, e ainda vive, dois momentos bastante distintos. O primeiro, nos primeiros dez anos, registrou a eleição de sucessivos presidentes⁴⁷ comprometidos com programas de distribuição de renda e combate à pobreza, a partir do que Moraes (2011b) chama de repulsa coletiva a um contraste entre os lucros dos agentes do capital e a redução de investimentos sociais. Mais recentemente, depois dos avanços sociais propiciados por esses governos, a região vive um retrocesso a conjuntura anterior, de desestatização, privatização, conservadorismo e negação da ciência.

Nesse movimento político e democrático, de acordo com o Relatório Executivo da CEPAL (2020) sobre a análise das tendências na evolução da desigualdade de renda, pobreza e gasto social na AL, é possível perceber, no Gráfico 1, que os percentuais nos indicadores de pobreza e pobreza extrema diminuíram entre 2008 a 2014, em comparação com 2002. No período, essa redução foi de 17% para o indicador de pobreza e 14,2% para o de extrema pobreza. Já a partir de 2015 até 2019, estes índices tiveram um aumento de 5,84% quando se analisa os dados sobre pobreza, e 30,6% quando se considera o indicador de extrema pobreza.

⁴⁷ Foram os governos de Hugo Chávez na Venezuela (1999-2013), Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010) e Dilma Rousseff (2011-2016) no Brasil, Néstor e Cristina Kirchner na Argentina (2003-2007/ 2007-2015), Tabaré Vazquez (2005-2010/2015-) e José Mujica (2010-2015) no Uruguai, Evo Morales na Bolívia (2006-), Michelle Bachelet no Chile (2006-2010/2014-2018), Rafael Correa no Equador (2007-2017), Daniel Ortega na Nicarágua (2007-) e (2003-2007/ 2007-2015) Fernando Lugo no Paraguai (2008-2012) (MORAES, 2011)..

O Gráfico 1 leva em consideração, de acordo com o relatório, 18 países. O que se pode dizer, é que a pobreza extrema aumentou cinco vezes mais do que a pobreza.

Gráfico 1 – Taxa de pobreza e pobreza extrema na América Latina



Fonte: CEPAL (2020, p. 9).

Ao analisar a desigualdade nos territórios latino-americanos, a Cepal (2020) esclarece que se trata de uma condição histórica e estrutural dessas sociedades, com o destaque, de acordo com a organização, de que mesmo em períodos em que houve crescimento econômico, a desigualdade se manteve e se reproduziu. A Cepal (2020) afirma, em seu último relatório, que a desigualdade consiste em um obstáculo para o desenvolvimento, para a erradicação da pobreza e para a garantia de direitos. E explica que ela se assenta “numa matriz produtiva pouco diversificada e numa cultura do privilégio que é um traço histórico constitutivo das sociedades da região. [...] as desigualdades de origem socioeconômica se entrecruzam com as desigualdades de gênero, territoriais, étnicas, raciais e geracionais” (CEPAL, 2020, p. 7).

O desenvolvimento dos territórios na América Latina, como se observa, segue a linha de sua formação, sofrendo interferência dessa subordinação econômica, e muitas vezes política, que resulta em democracias frágeis e desigualdades sociais, e que constituem as principais temáticas de investigação do jornalismo independente na região. Canclini (2002) defende que, frente aos intercâmbios globais, a identificação de estratégias de desenvolvimento que considerem as características e necessidades desses territórios – tanto as materiais, quanto as simbólicas – fortalecem a América Latina.

Significa colocar en el centro a las personas y las sociedades, no las inversiones, ni otros indicadores financieros o macroeconómicos, que articulan en forma difusa a qué ajustes económicos internos vamos a pagar mejor las deudas, sino qué productos materiales y simbólicos propios (e importados) pueden mejorar las condiciones de

vida de las poblaciones latinoamericanas y potenciar nuestra comunicación con los demás.⁴⁸ (CANCLINI, 1995, p. 95).

São nessas particularidades latino-americanas, de territórios atravessados, principalmente por verticalidades, mas também por horizontalidades, em que Martín-Barbero (2003) identifica uma modernidade marcada por múltiplas temporalidades: espaços nos quais as tradições resistem, mas que os atrasos são contemporâneos; e também em que a modernização carrega contradições e a modernidade se concretiza como uma experiência tardia e heterogênea. Os territórios latino-americanos se constituem, portanto, em um espaço que acumula tempos desiguais (SANTOS, 2014) que coexistem, marcados por um processo de desenvolvimento em que as verticalidades impuseram as estratégias de modernização e em que as horizontalidades buscavam, e buscaram, resistir e elaborar projetos estratégicos de resistência a hegemonia e poder do capital.

Canclini (2004) afirma que os relatos do que é ser latino-americano se configuram a partir de estratégias narrativas e midiáticas. Esse entendimento se aproxima da abordagem de Resende (2019), para quem os territórios são construções narrativas midiáticas. Dessa forma, reconhecendo que os territórios se constituem material e simbolicamente a partir de relações sociais e de poder, que a América Latina consiste em um arranjo de territórios heterogêneos, que compartilham um processo de colonização e subordinação com altos índices de desigualdade, e tendo essa tese como objeto o jornalismo independente latino-americano, a próxima seção aborda a constituição das indústrias culturais nesses territórios, especialmente as indústrias midiáticas.

3.3 A configuração das indústrias culturais nos territórios da América Latina

A construção dos territórios latino-americanos, e o conseqüente desenvolvimento da região, é marcado pela subordinação ao imperialismo econômico de um lado e, de outro lado, pela luta dos movimentos sociais em fortalecer as particularidades da América Latina, resistindo aos processos de colonização e posteriormente de globalização e avanço neoliberal ao mesmo tempo em que se beneficia, em alguma medida dele – no tocante às tecnologias de informação e comunicação, por exemplo. Nesse sentido, entende-se nesta pesquisa que, dentre

⁴⁸ “Significa colocar no centro pessoas e sociedades, não investimentos, nem outros indicadores financeiros ou macroeconômicos, que se difundam e articulem quais ajustes econômicos internos vamos pagar melhor as dívidas, mas quais produtos materiais e simbólicos próprios (e importados) pode melhorar as condições de vida das populações latino-americanas e melhorar nossa comunicação com outras pessoas” (CANCLINI, 1995, p. 95, tradução nossa).

as possibilidades de olhar para a construção desses territórios e o desenvolvimento da região, tem-se a constituição das indústrias culturais na América Latina, uma vez que, como destaca Maringoni (2010), as ICs conectam os sistemas produtivos, as relações entre as estruturas econômicas, políticas e culturais.

A temática das indústrias culturais mostra que o assunto transcende os aspectos relacionados aos bens simbólicos, e adentra questões relacionados a legislação/regulamentação, a economia, a política, ao mercado e às relações de poder – entre elas, a relação com o território. Entende-se as empresas de comunicação como parte integrante das indústrias culturais, com interesses econômicos e políticos refletidos na produção do seu conteúdo, tendo sua audiência construída, em sua maioria, a partir do faturamento publicitário (BOLAÑO, 2000).

O conceito de Indústria Cultural, foi cunhado ainda na Escola de Frankfurt, por Adorno e Horkheimer, em 1947, que entendiam que a produção cultural era dominada pelo capital, já que era o capital que detinha os sistemas de distribuição dos bens culturais, por meio de técnicas de reprodução. Ainda que não em desacordo com os teóricos de Frankfurt, Bolaño (2015, p. 150) parte do pensamento econômico e social da América Latina, e entende a Indústria Cultural, como uma forma capitalista de produção cultural. “Com a indústria cultural, o capital se alça à superestrutura e a própria produção cultural adota a forma mercadoria”.

Ainda que as indústrias culturais se refiram a um grupo mais amplo de produtores da cultura do que aqueles relacionados à informação, detém-se, aqui, especificamente, nessa indústria midiática, ou indústria infocomunicacional. Os meios de comunicação, portanto, não são apenas veículos de informação, mas, antes disso, indústrias que produzem produtos culturais e, assim, busca-se entender como produzem valor e se apropriam dele e, principalmente, reflexionar sobre sua relação com os territórios em que se inserem, de maneira a serem moldadas por esses territórios e, em contrapartida, também moldarem esses mesmos territórios – com sua produção simbólica.

O funcionamento das indústrias culturais na América Latina, e nelas o sistema midiático, para Becerra (2014), é protagonizado pela lógica comercial. Isso resulta em outras características identificadas pelo autor nas ICs da região, como uma ausência de serviços públicos não-governamentais, o uso de recursos da administração estatal como órgãos propagadores do discurso governamental, a concentração de propriedade midiática em poucos grupos, a centralização da produção dessas indústrias nos principais centros urbanos e a falta de regulamentação.

Com uma evolução histórica articulada, é possível vislumbrar uma progressão econômica, política, social e cultural com vários pontos de contato. É aqui que se

verificam surpreendentes semelhanças no desenvolvimento dos meios de comunicação continentais. (MARINGONI, 2010, p. 114).

Ao observar o processo de surgimento das indústrias culturais é preciso considerar alguns elementos. O desenvolvimento dessas indústrias no Brasil – mas pode-se expandir essa compreensão, em alguma medida, a toda América Latina, dada a semelhança da formação sócio espacial na região – é fruto do capitalismo e da industrialização. Ocorre que, enquanto os países do Norte do planeta já vivenciavam essa situação, a realidade brasileira – e latino-americana – ainda era outra (ORTIZ, 2006). Em outras palavras, Ortiz (2006) reflete que, apesar de haver um modernismo brasileiro, ainda não havia modernização. O capitalismo foi introduzido sem que se constituísse uma ordem competitiva, com a industrialização, a urbanização e o consumo, tipicamente capitalistas.

Ocorre que a imprensa, por exemplo, desenvolve as suas atividades e se constitui como uma empresa capitalista no final do século XIX na América Latina. Maringoni (2010) explica que isso se deu por duas razões: a primeira delas foi a inserção da região ao mercado mundial e a outra os avanços tecnológicos introduzidos pela segunda Revolução Industrial. E aqui se tem um exemplo de como o território, neste caso concreto, interfere na constituição dessas indústrias.

Em consonância com Ortiz, Maringoni (2010) historiciza que as condições para o desenvolvimento dos meios de comunicação impressos se deram a partir de 1870. É desse período o crescimento econômico da região, resultando das atividades agroexportadoras, o que alargou os mercados internos e ampliou a camada média da população. Com isso, também foram reduzidas as taxas de analfabetismo. É preciso pontuar, no entanto, que esse crescimento mencionado pelo autor, é dentro de um contexto de América Latina no final do século XIX, e que em nada se compara ao consumo de bens culturais que já existia na Europa. Ou seja, guarda relação, outra vez, com como se dão as relações sociais nesses territórios, bem como as disputas de poder, em um processo de territorialização.

A dinamização do capitalismo no continente – materializada não apenas em uma incipiente indústria de manufaturas, mas nos negócios ligados à exportação de produtos primários, como casas bancárias, estradas de ferro, bolsa de valores, etc. – multiplicou-se pela base produtiva. Isso fez com que parte da oligarquia agrária se transformasse em florescente burguesia, estabelecendo novas relações sociais e mudando desde as características do mercado de trabalho, até o mundo da cultura, os costumes, e o próprio funcionamento do Estado. A imprensa adquire as feições e empresa na América Latina com a nova inserção do continente no mercado mundial. (MARINGONI, 2010, p. 116-117).

A chegada da rádio marca uma nova etapa na América Latina. Junto a isso se têm na região a formação de grupos que agrupam a produção e publicação de jornais e revistas.

Maringoni (2010) assinala que as transmissões de rádio são quase simultâneas, datadas no início dos anos 1920, ainda que a consolidação da rádio como um veículo de comunicação de massa aconteça a partir de 1929, a partir da esteira da crise econômica desse ano, e também do que o autor chama de surto de industrialização.

A rádio cumpre um papel de disseminação de informação na América Latina, bem como de um instrumento que se acreditava ser fundamental para desenvolver a região naquele período, dentro de uma concepção que se tinha de desenvolvimento como modernização, onde as pessoas viviam, majoritariamente nos dispersos territórios rurais. Ocorre que sua expansão, como já assinalou Ortiz, só é possível com um desenvolvimento econômico urbano e investimentos estatais, lastreado por anunciantes de médio e grande porte, o que faz da rádio o primeiro veículo de comunicação de massa, pois atinge distintos públicos e inovando na linguagem jornalística (MARINGONI, 2010).

A crise econômica de 1929 fez com que os anos após 1930 fossem marcados pela falência da economia liberal. O que vem na sequência, o período que se convencionou chamar de nacional desenvolvimentismo, coincidiu com a *era do rádio*, que constituíram os anos do populismo na política latino-americana. A redefinição do papel dos Estados nacionais, pós-crise de 1929, encontraram no rádio e na sua massificação, uma estrutura ideológica para a sua consolidação e afirmação de unidades nacionais. Conforme Maringoni (2010), os preços dos receptores de rádio começaram a cair e os tornaram acessível na medida em que ele mostrou seu potencial enquanto fenômeno de massas.

O maior consumo de rádio levou a um aumento no número de emissoras, sendo o desenvolvimento tecnológico outro fator importante. Com isso, começam a surgir dispositivos legais para sua regulação, e o entendimento da maioria dos países foi o de que o espaço radioelétrico, enquanto um espaço ilimitado, era pertencente a nação e, portanto, as emissoras deveriam estar reguladas sob um regime de concessão pública.

Por volta dos anos 1940, foi o período em que o Brasil se configura em uma sociedade urbano-industrial, o que ocorre também com os demais países da região, ainda que alguns um pouco mais tarde. Ortiz (2006) exemplifica o início da indústria cultural no Brasil por meio da experiência das rádios, que passam a ser comerciais. É apenas nos anos 1970, com o Estado Militar, que as indústrias culturais se consolidam no país. Por meio de um capitalismo tardio, há um crescimento do parque industrial e do mercado de bens de consumo material, o que atinge a IC e o mercado de bens culturais. Com o aumento da demanda de produtos culturais e, portanto, de jornalismo em suas diferentes plataformas, a imprensa passa a ser financiada pelo próprio mercado. Segundo Ortiz (2006), em decorrência disso há um processo de despolitização

que leva o jornalismo, antes político, a ser empresarial, que passa a ser feito para resultados comerciais.

É interessante ressaltar o quanto a constituição das indústrias culturais na América Latina está associada aos territórios, ou seja, as relações de poder entre os diferentes atores, dentro e fora dos territórios, e suas disputas nas diferentes dimensões, resultam em sucessos ou fracassos dessas indústrias, bem como o seu desenvolvimento, impulsiona os usos simbólicos e materiais nesses territórios. Evidências assim podem ser observadas não apenas na consolidação de veículos como a rádio, mas ao longo da formação das indústrias culturais na região até a contemporaneidade, com a sua constante renovação que, de alguma maneira, vai se dando de forma circular, como o protocolo desta pesquisa, em que as relações políticas, econômicas e sociais, e suas disputas, vão impulsionando essa renovação, ao mesmo tempo em que os produtos dessas indústrias – bens simbólicos – também vão interferindo nessas relações citadas.

O salto tecnológico seguinte, na constituição das indústrias culturais na América Latina, foi a implementação da televisão, que de uma maneira geral ocorreu nos anos 1950, a começar pelo Brasil, no primeiro ano da década. No início tratava-se de um privilégio de uma minoria, mas uma década depois, já era um fenômeno popular. Maringoni (2010) observa que em vários países da região, como Argentina, Chile, Venezuela e Colômbia, a chegada da televisão se dá pelas mãos do Estado. O autor, assim como Ortiz, destaca a falta de industrialização na região à época, e o quanto isso significava perante uma produção e um consumo desse bem cultural.

A América Latina dos anos 1950 apresentava escassa industrialização e seus países seguiam sendo primário-exportadores. [...] A televisão foi, em todos eles, uma espécie de passaporte para a modernidade. No entanto, a maioria do empresariado duvidava das possibilidades daquela tela iluminada. O próprio meio publicitário não acreditava em sua eficácia. Houve, além disso, um entrave crônico ao pleno desenvolvimento do novo veículo: a carência de capitais. [...] Os aportes de capital não a única interferência [que acaba sendo] externa. Ao mesmo tempo, chega boa parte da programação para a televisão, cinema e publicidade, além de vasta gama de produtos industriais. Com tais investimentos, as emissoras locais conseguiram se viabilizar, atingir públicos crescentes e se tornar negócios atraentes. (MARINGONI, 2010, p. 121).

A história das indústrias culturais na América Latina se dá a partir da constituição dos grandes grupos de comunicação na região, sejam eles locais ou regionais, o que implica, de acordo com Maringoni (2010) na relação com os Estados dos diferentes países, bem como com o capitalismo.

É essencialmente uma história política, de favorecimentos a classes ou setores de classes em detrimento de outras, em sociedades desiguais, nas quais a propriedade e a renda são extremamente concentradas. A sincronização detectada na evolução

histórica dos diversos países evidencia que a mídia continental sempre foi um braço do poder político, incentivando, apoiando e disseminando medidas próprias de sua lógica (MARINGONI, 2010, p. 159).

Esse processo resultou na concentração midiática em poucos e grandes grupos de comunicação na América Latina e, conseqüentemente, uma concentração também das verbas publicitárias e das audiências. Como exemplos ilustrativos, Moraes (2011b) apresenta dados dessa concentração em diferentes países da região, especificamente no mercado televisivo. A Rede Globo (Brasil), Televisa (México), Cisnero (Venezuela) e Clarín (Argentina), os quatro maiores grupos de mídia na América Latina, retêm 60% do faturamento total dos mercados de audiências. Mais da metade dos jornais impressos e das emissoras de rádio e TV estão reunidos no Brasil, México e Argentina. No Chile, Paraguai, Bolívia e Uruguai os índices de concentração midiáticas estão entre os maiores do mundo. Neles, quatro grupos privados detêm, respectivamente 95%, 92%, 86% e 85% dos mercados (MORAES, 2011b). No caso da Rede Globo e da Televisa, ao menos, além da sua força interna nos territórios, é preciso ressaltar a exportação, principalmente, de telenovelas, para dentro e fora da América Latina, um gênero genuinamente latino-americano.

Essa hegemonia da mídia tradicional na América Latina, e das indústrias de produção e circulação de bens simbólicos, está expressa, como afirma Becerra (2014), em uma estrutura concentrada, conglomerada e centralizada de propriedade. O autor reforça o que já vem sendo dito aqui, que esses grupos concentrados construíram uma articulação com o poder político e que isso fica bastante evidente na escassa regulação existente do setor na região.

Respecto a la relación entre el sistema mediático y el sistema político, cabe señalar que la relación entre los gobiernos y los propietarios de medios se resolvió por la incapacidad de los gobiernos para fijar políticas hacia los propietarios de medios, a cambio de obtener un cierto control político sobre los contenidos.⁴⁹ (BECERRA, MASTRINI, 2017, p. 133).

O consenso hegemônico da mídia tradicional se dá, em uma espécie de “[...] unificación de la línea editorial y la reducción de la diversidad”⁵⁰ (BECERRA, 2014, p. 64), além de vincular seus negócios de informação e entretenimento a entidades financeiras e bancárias, a políticos (por meio de sociedades), entre outros, que alteram a suposta independência editorial desses veículos. Canclini (2002) complementa, ao afirmar que as ICs homogeneízam.

⁴⁹ “No que diz respeito à relação entre o sistema midiático e o sistema político, cabe assinalar que a relação entre os governos e os proprietários de meios se resolveu pela incapacidade dos governos em fixar políticas que atingissem os proprietários de meios, em vez de obter um certo controle político sobre os conteúdos” (BECERRA, MASTRINI, 2017, p. 133, tradução nossa).

⁵⁰ “[...] união da linha editorial e da redução da diversidade” (BECERRA, 2014, p. 64, tradução nossa).

Outro fator que também impacta por essa hegemonia e na criação de consensos, é o fato de os grandes grupos de comunicação serem concentrados geograficamente, como é o caso, por exemplo, de cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Buenos Aires, Montevideu, Santiago, Lima, Caracas e Cidade do México, entre outras. Esse é mais um fator que interfere, portanto, na pluralidade daquilo que é produzido e posto em circulação por essas empresas, visto que empobrece as diferentes versões do real que chegam às audiências, reforçando uma ideia – ou consenso – de sub-representação ao restante da região.

O que se observa na produção midiática tradicional na América Latina é uma tendência de os principais atores desse processo se manifestarem em oposição a medidas que alterem o *status quo* (BECERRA, 2011), ou seja, uma atuação que vai ao encontro de um modelo de desenvolvimento baseado no crescimento econômico e na globalização, o que se contrapõe ao entendimento de desenvolvimento regional. Essa prática se explica no entendimento de que uma mudança estrutural afetaria os interesses corporativos desses veículos de comunicação. Canclini, no início do século XXI, advertia que

En la segunda mitad del siglo XX, las industrias culturales ayudaron a interrelacionar a estos países [latinoamericanos] a través de los mensajes y los formatos de la cultura masiva internacional. La radio, el cine y la televisión, en las que aún predominaban las marcas de cada nación, asumieron las culturas populares. Aceptaron los gustos de estos sectores con la condición de que se dejaran representar como públicos. Al configurar los imaginarios compartidos a escala de cada país, en parte formaron ciudadanos. Mucho de lo que sabemos de las contradicciones cotidianas de otras sociedades es resultado de la difusión mediática, aunque los gerentes de los medios tienden a reducir los conflictos a melodramas, y últimamente a *talk shows*. Los grupos hegemónicos admiten que los sectores populares voten a cada cuatro años se entre una elección y otra se contentan con ser espectadores.⁵¹ (CANCLINI, 2002, p. 31).

Importante destacar que mesmo com a eleição de governos progressistas na América Latina, no início do século XXI, poucos foram os países que conseguiram elaborar políticas públicas nesse sentido. O Brasil, por exemplo, não teve avanços significativos. De outro, houve reordenamentos políticos e, econômicos e socioculturais significativos nessa região, justamente, como mostra Moraes (2011b), por esses governos terem como bandeiras a justiça

⁵¹ “Na segunda metade do século 20, as indústrias culturais ajudaram a inter-relacionar esses países [latino-americanos] por meio de mensagens e formatos da cultura de massa internacional. O rádio, o cinema e a televisão, nos quais ainda predominavam as marcas de cada nação, assumiram culturas populares. Eles aceitaram os gostos desses setores com a condição de que se permitissem ser representados como público. Ao moldar os imaginários compartilhados na escala de cada país, eles formaram parcialmente cidadãos. Muito do que sabemos sobre as contradições diárias de outras sociedades é o resultado da cobertura da mídia, embora os gerentes de mídia tendam a reduzir os conflitos a melodramas e, ultimamente, a *talk shows*. Os grupos hegemônicos admitem que os setores populares votam a cada quatro anos entre uma eleição e outra, contentam-se em ser espectadores” (CANCLINI, 2002, p. 31, tradução nossa).

social e a inclusão das massas no processo de desenvolvimento, o que impulsionou, novas experiências comunicacionais.

Como dito na seção anterior, a América Latina, no início desse século XXI, viveu um momento político em que se elegeram presidentes mais progressistas (MORAES, 2011b). No entanto, na sequência, depois dos avanços sociais propiciados por esses governos, a região parece viver um retrocesso. No Brasil, após o golpe político-jurídico-midiático, que levou ao impeachment da presidenta Dilma Rousseff (2011-2016), em 2016, levando à presidência Michel Temer (2016-2018) e, na sequência, a eleição de Jair Messias Bolsonaro em 2018, é um exemplo desse momento. Outros presidentes, que representam o espectro à direita (ou mais à direita) que assumiram o poder na região, muitas vezes desbancando governos de esquerda, são: Mauricio Macri na Argentina (2015-2019), Iván Duque na Colômbia (2018-), Sebastián Piñera no Chile (2018-), Nayib Bukele em El Salvador (2019-), o caso boliviano, em que Evo Morales (2006-2019), primeiro presidente eleito de origem indígena, renunciou à presidência do país em meio a acusações de fraude eleitoral, e a senadora Jeanine Áñez se proclamou presidente interina até as próximas eleições, e no Uruguai em que, em 2019, depois de 15 anos, a esquerda sai do governo federal com a eleição de Luis Lacalle Pou (2020-). Entre 2019 e 2020, contudo, o peronista Alberto Fernández é eleito novo presidente da Argentina, a Bolívia elege Luis Arce, aliado de Evo Morales, presidente já no primeiro turno, e o Chile aprovou em plebiscito, com 78% dos votos, uma nova assembleia constituinte.

Durante os governos progressistas latino-americanos, se discutiu uma nova agenda, onde havia a preocupação de rever a regulamentação da mídia tradicional e também de estabelecer marcos regulatórios para a internet. Houve em alguns países, por parte do governo ou da sociedade civil, propostas que implicavam em uma maior interferência do Estado na regulação dos meios e, também, a instrumentos de controle a concentração midiática. Nesse contexto político na América Latina, logo veio uma resposta dos proprietários de meios, que, de acordo com Becerra e Mastrini (2017), argumentavam contra essas políticas, usando como argumento a liberdade de expressão e de que esses instrumentos limitariam a capacidade crítica dos veículos.

Daí a urgência de ampliarmos o conhecimento sobre experiências que caminham na direção da diversidade cultural, compreendendo-a como bem comum dos povos. A diversidade pressupõe revitalizar manifestações do contraditório e confrontar pontos de vista, recusando o pensamento único e suas inverdades em letras de fôrma. Trata-se de liberar o que os discursos hegemônicos desejam silenciar ou neutralizar: a emergência de outras vezes e outras formas de perceber, traduzir e exprimir a variedade de mundos que o mundo contém. (MORAES, 2011b, p. 17).

Essas grandes indústrias culturais da mídia estão articuladas com os oligopólios globais de produção cultural. Estabelece-se, assim, uma divisão de trabalho que, como observa Bolaño (2015), impulsiona o funcionamento de uma máquina de produção e distribuição simbólica, o que garante a expansão de uma cultura capitalista global. Nessa cultura, destaca o autor, predomina a forma mercadoria e as funções da publicidade e propaganda, na construção de uma hegemonia cultural. Contudo, as indústrias culturais não podem ser vistas como um todo homogêneo. Hall (2003, p. 255-256) chama atenção para o perigo que consiste em “pensar as formas culturais como algo inteiro e coerente: ou inteiramente corrompido ou inteiramente autênticas, enquanto elas são profundamente contraditórias”.

O fenômeno midiático latino-americano está na articulação entre o acesso desigual da sociedade – que pode ser observado desde os primórdios das indústrias culturais na região – e a alta concentração dos meios nas mãos de poucos grupos, sejam eles familiares ou, mais contemporaneamente, religiosos. Ambos processos, a acesso desigual e a concentração – que por sua vez implica na produção e distribuição de conteúdo e entretenimento concentrado – é resultado de processos históricos nos territórios latino-americanos. Ocorre que, o marco mais recente nas indústrias culturais é o advento da digitalização e da internet, que facilitam que se criem empreendimentos informacionais que busquem, em alguma medida, dar conta de discursos e leituras da realidade que não estão presentes nas produções dos grandes grupos.

Os últimos anos do século XX e início do século XXI marcam transformações estruturais em todo o planeta, e com as indústrias culturais latino-americanas não é diferente. Essas transformações são consequência do advento e popularização da internet, do microcomputador e da globalização. Os avanços na tecnologia digital e na informática, assim, constituem o quarto marco do desenvolvimento das comunicações na América Latina (MARINGONI, 2010). Exemplos disso são a TV a cabo e por satélite, e mais recentemente a televisão digital, a telefonia móvel e a internet. Além disso, se intensifica a internacionalização da mídia, no tocante ao aspecto econômico empresarial, impulsionado, entre outros, pelas políticas de privatização nos territórios latino-americanos dos anos 1990. Se no século XX as indústrias culturais latino-americanas já seguiam os parâmetros políticos, econômicos e culturais de cada território, esse movimento só se intensifica no século XXI, sendo um desenvolvimento cada vez mais sincrônico na região, e em um mundo globalizado.

Cabe destacar que a internet, as técnicas e possibilidades de digitalização são recentes na história da comunicação e do jornalismo, mais especificamente, mas a tecnologia em si, enquanto um instrumento que tem o seu uso atravessado pela cultura dos territórios, é identificada nos processos de produção desde o século XV, com a imprensa. Os avanços e o

desenvolvimento dos meios de comunicação, inclusive, só foram possíveis porque em diferentes momentos foram sendo criados aparatos tecnológicos. Contemporaneamente, a internet é um desses dispositivos.

Silverstone (2004) avalia a relação entre as tecnologias e a comunicação.

Nuevas tecnologías y nuevos medios, cada vez más convergentes gracias al mecanismo de la digitalización, transforman el tiempo y el espacio sociales y culturales. Este nuevo mundo nunca duerme: difusión de noticias y servicios financieros las veinticuatro horas del día. Acceso instantáneo y global a la World Wide Web. Comercio interactivo y sociabilidad interactiva en economías y comunidades virtuales. Una vida para vivir en línea. Canal tras canal. Decisión tras decisión. Televisión de caramelo masticable.⁵² (SILVERSTONE, 2004, p. 41-42).

Ao tratar especificamente da internet, Silverstone (2004) também comenta sobre suas consequências que, de acordo com ele, foram profundas, pois transformam tanto material, quanto simbolicamente o mundo, e recorda que cada tecnologia de comunicação, tendo sido a imprensa, o rádio ou a televisão, que cada uma apresentou uma nova maneira de trabalhar com a informação e de colocá-la em circulação. E o mesmo passa com a internet.

Nessa conjuntura de facilidade de comunicação a partir da internet, o jornalismo tradicional necessita se adaptar e na busca de uma prática jornalística que promova o debate público, surgem iniciativas que se autodenominam de jornalismo independente. Essas iniciativas têm como principal objetivo promover um jornalismo plural, de qualidade e que, de alguma maneira, preencha as lacunas deixadas pela mídia tradicional. Alguns optam por um jornalismo segmentado, enquanto outros abordam as diferentes temáticas, desde que elas sejam de interesse público, ou seja, que tenham relevância para a vida em sociedade.

Observa-se no jornalismo tradicional, e comercial, o vínculo dos jornais a uma elite econômica e política, como discutido na seção anterior. Becerra e Mastrini (2017) identificam que uma produção e circulação de informação nos territórios – de bens simbólicos – desencadeia uma série de fatores. A forma como essas indústrias culturais se consolidam nos territórios, resulta em uma cadeia de consequências, se acordo com os autores: provoca uma redução de fontes informativas que, do ponto de vista do discurso, significa em anular a pluralidade de emissores; tende a uma unificação da linha editorial de diferentes veículos; homogeneiza gêneros e formatos; padroniza estilos e temáticas, o que acaba por excluir

⁵² “Novas tecnologias e novos meios, cada vez mais convergentes graças ao mecanismo da digitalização, transformam o tempo e o espaço sociais e culturais. Este novo mundo nunca dorme: difusão de notícias e serviços financeiros nas 24 horas do dia. Acesso instantâneo e global à *World Wide Web*. Comércio interativo e sociabilidade interativa em economias e comunidades virtuais. Uma vida para viver online. Canal por canal. Decisão por decisão. Televisão de caramelo mastigável” (SILVERSTONE, 2004, p. 41-42, tradução nossa).

determinados temas; induz a uma (ainda) maior centralização geográfica das produções e informações. Tem-se, assim, uma conjuntura que só faz intensificar o papel da mídia em facilitar ou inviabilizar o debate democrático acerca de assuntos de interesse público.

Parte dos consumidores de informação já não se identifica mais com essa proposta, bem como muitos profissionais da área.

La excesiva concentración de medios y actividades infocomunicacionales potencia la precarización del empleo y un debilitamiento de la calidad informativa. Por consiguiente, y salvo excepciones, los procesos de concentración debilitan la circulación de ideas diversas en una sociedad y por ello protagonizan, desde hace décadas, la agenda de políticas públicas en el sector de la información y la comunicación en países de distintas latitudes y con tradiciones regulatorias.⁵³ (BECERRA; MASTRINI, 2017, p. 18).

Ao longo da história do jornalismo surgem iniciativas que alteram o modelo vigente ou, ao menos, que se colocam em paralelo a ele, e lhe fazem oposição. Exemplo disso são os jornais vinculados às causas políticas, ainda no século XIX, com orientação socialista, comunista ou anarquista (FERREIRA, 1988).

Desde o final do século XIX na Europa, e início do século XX na América Latina, surgem publicações de orientação contra-hegemônica, como o jornalismo operário, o jornalismo sindical e os jornais comunistas e anarquistas. Essas experiências foram surgindo e ao longo do século XX e, no Brasil, se consolidaram a partir do regime militar de 1964, como mostra Kucinski (1991), que afirma que nesse período afloraram as publicações alternativas. O autor evidencia que ao contrário da grande imprensa, que era complacente ao regime, a mídia alternativa cobrava com veemência a volta da democracia e o respeito aos direitos humanos. Sendo o veículo alternativo mais conhecido da época, no Brasil, o jornal *O Pasquim*, produzido entre 1969 e 1991, entre tantos outros expoentes. As publicações variavam entre nacionais e regionais, e, também, quanto a suas posturas políticas (ROMANCINI; LAGO, 2007), mais especificamente no Brasil. Atton e Hamilton (2008) afirmam que o jornalismo alternativo nasce com um caráter de oposição política ao jornalismo hegemônico e, sendo, na contemporaneidade, herdeiro desse modelo.

Nos territórios da América Latina, de mesma maneira, chamada comunicação alternativa, também se potencializa em meados dos anos 1980, com o fim das ditaduras na região, incluindo nessa comunicação alternativa a comunicação popular ou comunitária, a

⁵³ “A excessiva concentração de meios e atividades infocomunicacionais potencializa a precarização do emprego e uma delimitação da qualidade informativa. Consequentemente, e salvo exceções, os processos de concentração enfraquecem a circulação de ideias diversas em uma sociedade e por isso protagonizam, há décadas, a agenda de políticas públicas no setor da informação e da comunicação em países de distintas latitudes e com tradições regulatórias” (BECERRA, MASTRINI, 2017, p. 18, tradução nossa).

comunicação para o desenvolvimento ou para a mudança social, e a comunicação horizontal ou participativa (KAPLÚN, 2020). Apesar de diferentes entre si, de acordo com o autor, em comum esses modelos propõem maneiras de entender e fazer comunicação alternativas às dominantes.

Outras iniciativas surgem ao longo da história, como o jornalismo comunitário⁵⁴, o jornalismo cidadão ou participativo⁵⁵, por volta da década de 1960, o jornalismo cívico⁵⁶, mais recentemente, entre outros. Seus inícios são datados historicamente, ou seja, estão vinculados a acontecimentos de determinados períodos. Apesar das semelhanças, todos guardam suas particularidades que além de os diferenciar entre si, os diferenciam também dessas novas iniciativas jornalísticas do século XXI.

O exercício de um jornalismo alternativo nasce de uma necessidade de alguns setores da sociedade e profissionais do jornalismo de se contraporem ao poder hegemônico dos grandes grupos de comunicação. Essa mídia comercial constrói realidades que favorecem interesses particulares, e não aos interesses públicos dos cidadãos, e o jornalismo deixa de lado seu papel fiscalizador. Sendo, portanto, o jornalismo alternativo, um movimento contrário a esse modelo de mercantilização global.

A emergência de novas experiências jornalísticas no campo contra hegemônico, portanto, não é recente. Ela acompanha as mudanças na sociedade e é marcada tanto por episódios da história, como pela tecnologia, além do descontentamento com a mídia tradicional. Tanto a conjuntura tecnológica, quanto a política e econômica na região são elementos que não só contextualizam, como possibilitam o surgimento dessas experiências. Essas diferentes práticas se inspiram em referências já consolidadas, ainda que mantenham diferenças entre si. O que é, relativamente, novo, é essa experiência de um jornalismo que se autodenomina independente, na conjuntura da América Latina.

O jornalismo praticado nessas novas iniciativas, portanto, consiste em uma nova categoria, ainda não conceituada, que encontra semelhanças com várias outras. É fato que essa forma de fazer jornalismo, assim como sua *forma cultural* de modo geral, é uma construção a

⁵⁴ O jornalismo comunitário caracteriza-se por valorizar a realidade local, pela participação da comunidade na produção das notícias, pela mobilização dessa comunidade e também por um viés pedagógico e educativo, sendo o exemplo mais consolidado o das rádios comunitárias.

⁵⁵ Embora a literatura sobre comunicação e desenvolvimento trate o jornalismo participativo com outro enfoque, ligado à comunicação popular, comunitária e horizontal, o termo, na literatura do campo do jornalismo, tem sido empregado nas duas últimas décadas para um movimento de mercado de inclusão do receptor como produtor do conteúdo.

⁵⁶ Essa categoria de jornalismo entende que mídia deve contribuir para a construção da esfera pública, de forma que o leitor faça parte do projeto. No Brasil, esse tipo de jornalismo também é chamado de jornalismo público, e confunde-se com o comunitário, por suas semelhanças.

partir de outras experiências, sistematizando-se por meio de *matrizes culturais*. É no processo de desenvolvimento da prática jornalística que sua *forma* vai se consagrando, bebendo em *matrizes culturais* consagradas (AMARAL, 2004).

O que está sendo tratado aqui como jornalismo tradicional, já caracterizado nesta seção por dentro das indústrias culturais midiáticas, tem seus valores baseados em uma *matriz cultural* racional-iluminista, sendo o alicerce do jornalismo ocidental. É preciso considerar que a figura do jornalista é reconhecida de fato como tal a partir do século XVIII, com a Revolução Francesa, a modernidade política, dos direitos sociais e humanos. Marcondes Filho (2000, p. 10) destaca que, ainda que já se identificassem jornais com características básicas de um veículo no século XVII, o jornalismo se expande com a Revolução Francesa, sendo “seu filho legítimo”, sendo esse momento histórico, também, a conquista do direito à informação.

Marcondes Filho (2000) classifica a história do jornalismo em períodos, do primeiro ao quarto jornalismo, considerando ainda sua “pré-história”. E é no primeiro jornalismo, principalmente, esse que se expande e fortalece a partir da Revolução Francesa e do Iluminismo, onde está a *matriz* racional-iluminista do jornalismo tradicional. Não apenas desse modelo de jornalismo, mas também de outros, como se verá, e, evidentemente, o jornalismo tradicional também não se constitui exclusivamente nessa *matriz*, mas é a que de fato lhe dá corpo (AMARAL, 2004).

Esse primeiro jornalismo datado do final do século XVIII ao início do século XIX, tinha como valores dominantes a razão, a verdade e a transparência, que seguem sendo caros ao jornalismo tradicional e hegemônico, ainda que muitas vezes no discurso. Também é a fase da profissionalização, de uma redação hierárquica e da autonomia dessa redação. Essa época, destaca Marcondes Filho (2000), os fins econômicos ficam para segundo plano, em jornais com fins pedagógicos e de formação política. É essa *matriz* racional-iluminista que sistematiza o jornalismo a partir dos ideais do iluminismo, como a autonomia, os princípios de tolerância, a liberdade e a igualdade, e o progresso, e também os valores liberais, como a defesa dos direitos individuais, a democracia, a igualdade racial e de gênero, e a liberdade de expressão, de imprensa e religiosa. Esse jornalismo, assim, como observa Amaral (2004), se define como sendo seguidor dos princípios liberais e iluministas, mesmo seguindo uma lógica empresarial, e da divulgação dos fatos de interesse público. A *matriz* racional-iluminista é baseada na laicidade e em posturas anticlericais e antirreligiosas, na razão como o meio e o progresso como fim, sendo a educação e a ilustração os meios fundamentais de construção de uma cidadania política.

O jornalismo de referência tem sua deontologia e suas regras discursivas baseadas nessa matriz racional-iluminista, especialmente de corte liberal. Na raiz liberal, o jornal é o órgão de informação e expressão da classe política, cujo objeto central é a coisa pública [...] Conceitos como os de *verdade*, *credibilidade* e *objetividade* integram a mitologia do jornalismo que, como servidor dos *interesses públicos*, deve relatar o mundo de forma isenta e equilibrada. (AMARAL, 2004, p. 58, grifos nossos).

A *matriz* racional-iluminista influencia o desenvolvimento do jornalismo no século XVIII principalmente a partir dos valores liberais e iluministas. Enquanto um processo dinâmico, a *forma* do jornalismo tradicional segue incorporando valores, inclusive liberais. É no que Marcondes Filho (2000) denomina de segundo e terceiro jornalismo, que os valores liberais relacionados ao livre mercado e livre propriedade são incorporados, enquanto os demais valores vão sendo marginalizados. A saber, o segundo jornalismo consiste na consolidação dos jornais como empresas capitalistas, na segunda metade do século XIX, sintonizado com as exigências do capital, com a necessidade de capacidade financeira de autossustentação em decorrência da inovação tecnológica. Também é nesse período que as funções políticas são abaladas e que o jornalismo ganha uma aparência plural, com destaque para valores ainda em voga como o furo, a atualidade e a neutralidade. Já o terceiro jornalismo⁵⁷ é o da concentração midiática nos grandes conglomerados, com processos menos engajados e que avança sob o manto do neoliberalismo (MARCONDES FILHO, 2000).

Já os outros modelos de jornalismo, como mencionado nesta seção, que de maneira geral, se colocam como alternativa ao jornalismo tradicional, acionam valores de uma *matriz* popular marxista. Para Martín-Barbero (2003) o valor do popular está na sua representatividade sociocultural, e na sua capacidade de materializar e expressar o modo de viver e pensar das classes subalternas, e também em como filtram e integram o que vem de uma cultura hegemônica. Amaral (2004) chama atenção para complexa composição da *matriz* popular. Em sua pesquisa, por exemplo, que trata do jornalismo popular comercial, como parte integrante dos conglomerados midiáticos, busca no melodrama e no folhetim europeus a compreensão desse popular, principalmente no tocante à linguagem e à estética, sendo esses, portanto, apenas dois dos aspectos da *matriz* popular, de cunho simbólico-dramático.

O jornalismo alternativo, especificamente, é mencionado por Amaral (2004), ainda que não seja seu objeto de estudo, como uma imprensa de esquerda que historicamente foi incapaz de incorporar os elementos populares em seu discurso. Isso porque, de acordo com a pesquisadora, o marxismo tem dificuldade de lidar com o popular, com o cotidiano, com a

⁵⁷ O quarto jornalismo mencionado por Marcondes Filho (2000) data o pós-guerra, se constitui no avanço das tecnologias, tem como principais valores a velocidade e o impacto visual.

subjetividade e com as práticas culturais. Reconhece, no entanto, que o jornalismo alternativo, inspirado no marxismo, aciona as *matrizes* do popular, mas não o representa em sua completude, pois não ativa aspectos como a religiosidade, a medicina popular, as superstições, lendas e romarias, tampouco sua linguagem.

Nesse sentido, pontua-se que a cultura popular se constitui de um modo de existência em que de um lado há o popular como memória e de outro lado o popular-massivo (MARTÍN-BARBERO, 2003). Para a compreensão da *matriz* popular enquanto sistematizadora destas outras práticas de jornalismo, alternativas ao hegemônico, aborda-se o popular como memória, memória de uma outra economia política e simbólica, que se materializa por meio de discursos de resistência. Esses parecem ser os elementos da *matriz* popular explicitados pelo jornalismo alternativo, especificamente, a partir de um entendimento acerca desse popular, que se forma no conflito produtivo e na dominação econômica (AMARAL, 2004).

Ainda que haja diferentes modelos de jornalismo coexistindo, a maioria deles se colocando como alternativos ao modelo tradicional e hegemônico, esse de *matriz* racional-iluminista, dá-se especial atenção ao jornalismo alternativo, que faz contraponto ao tradicional e é muitas vezes tratado como sinônimo do jornalismo independente, como se verá no capítulo seguinte. E os elementos da *matriz* popular que auxiliam a delimitar sua *forma* estão relacionados ao que Martín-Barbero (2003) denomina de cultura política da resistência popular, de onde o jornalismo alternativo parece sistematizar aspectos como a luta contra as formas de exploração, a aproximação com os movimentos sociais e a crítica às transformações sociais causadas pelo capitalismo.

Para Martín-Barbero (2003, p. 147), a cultura popular tem a capacidade de reinterpretar os acontecimentos e as normas, o que a converte em uma *matriz* (popular) “de uma nova consciência política, que orienta os pioneiros das lutas operárias e que se expressaria, por exemplo, na imprensa radical inglesa e na caricatura política do século XIX espanhol”. Destaca também que os movimentos populares no interior dessa *matriz*, vão sendo modificados a medida que o desenvolvimento do capitalismo transformava as relações sociais. Martín-Barbero (2003, p. 272) aponta para uma alteração dentro da cultura popular no final do século XX, em que a base não são mais estritamente os trabalhadores, e sim uma base “mais reformista, que via a sociedade como algo que poderia ser perfeiçoado, uma sociedade que, sem ser radicalmente diferente da existente, poderia chegar a ser mais bem organizada, mais justa”.

Evidentemente, enquanto uma *forma* cultural, a prática do jornalismo se vale de diferentes *matrizes culturais*, sendo apenas as principais mencionadas aqui. Da mesma maneira, a predominância de uma *matriz* não implica a exclusão da outra. A *matriz racional-iluminista*,

dos ideais liberais, por exemplo, está presente em toda *forma* jornalística, uma vez que é dela, como afirma Marcondes Filho (2000) que a prática se constitui como tal. A diferença está em sua predominância na delimitação de determinada *forma* e a maneira como essa *forma* vai se reconfigurando no tempo espaço, que, no caso do jornalismo tradicional, vai incorporando de maneira mais efetiva os interesses do capital. Observa-se que esse movimento de mudança cria condições para que se redefina o que de fato a sociedade, como consumidora de informação jornalística, compreende sobre a práxis desta atividade social.

4 MAPA DO JORNALISMO INDEPENDENTE NA AMÉRICA LATINA

Desde Bogotá hasta Buenos Aires, desde Tijuana hasta Río de Janeiro, los periodistas emprendedores exponen casos de corrupción, abrazando las redes sociales para aumentar la participación ciudadana y diseñando sitios de noticias de investigación que motivan a los gobiernos y a los grandes negocios a ser más transparentes. (SEMBRAMEDIA, 2017, p. 12).

Abordou-se até o momento as características dos territórios latino-americanos, marcados historicamente por verticalidades, relações de subalternidade e por uma desigualdade social alarmante, onde coexistem diferentes temporalidades, que se refletem nas diferentes dinâmicas territoriais na região. Destacou-se, nesse sentido, a constituição das indústrias culturais, em especial a midiática, com características bastante próprias, como os cinco aspectos destacados por Becerra (2014): lógica comercial, a ausência de serviços públicos, a concentração midiática em grandes grupos privados, a concentração de produção de conteúdo nos principais centros urbanos e a pouca regulação estatal existente para o sistema midiático. Esses são aspectos que compõem as condições de produção de uma prática tradicional de jornalismo. E as condições de produção, como afirma Johnson (2010), refletem em uma determinada produção, em um determinado produto e consumo, no movimento integral do circuito da cultura, que ao fim, interfere na territorialização latino-americana, em seu espaço-tempo-vivido, e em seu desenvolvimento, ocupando um lugar de destaque nas estruturas econômicas, políticas e culturais.

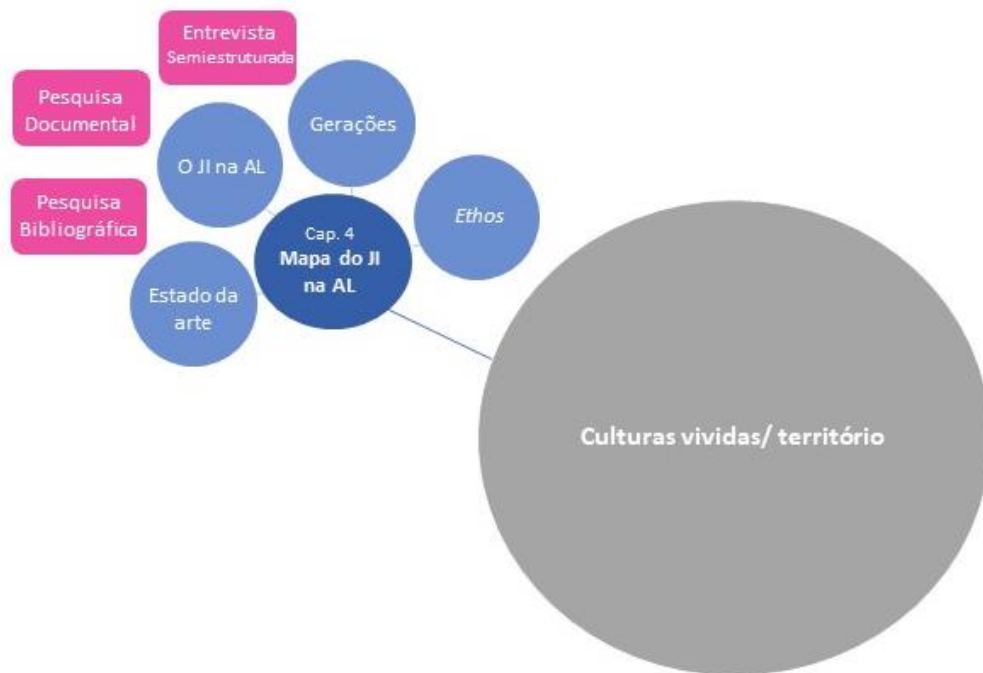
Viu-se que esse *formato* jornalístico, forjado a partir de uma *matriz cultural* racional-iluminista, aliado a condições históricas, impulsiona sua contraposição, experiências jornalísticas alternativas, como a comunitária, a sindical, e mesmo o próprio jornalismo alternativo. Tem-se, assim, na contemporaneidade, uma *forma* jornalística mais geral, que diz respeito à narrativa dos acontecimentos, à busca pela credibilidade, à periodicidade, o seguimento aos critérios de noticiabilidade, entre outros, mas que vai se reconfigurando de acordo com a dinâmica multidimensional dos territórios – movimento que também ocorre de maneira inversa, ou seja, os territórios, como se apontou, vão se reconfigurando, material e simbolicamente, a partir das dinâmicas e relações de poder nele estabelecidas. Também vai se reconfigurando no cotejamento com as diferentes *matrizes culturais*.

Tem-se observado uma reconfiguração dessa *forma* – ou dessas *formas* – no jornalismo independente na América Latina. A experimentação que resulta nesse jornalismo, e nessa reconfiguração, tem origem em 1998, em El Salvador, com o projeto de *El Faro*⁵⁸

⁵⁸ <https://elfaro.net/>

(BARRAGÁN, 2018). Para Salaverría et al (2019) os nativos digitais desafiam o panorama do jornalismo tradicional na América Latina, sendo essa a região, para os autores, a que sofreu uma das mais profundas evoluções no campo do jornalismo com as tecnologias.

Figura 6 – Esquema metodológico do Capítulo 4



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Esse capítulo se dedica a uma revisão do estado da arte acerca da terminologia *jornalismo independente*, buscando diferenciar a independência jornalística, enquanto um valor normativo, e o jornalismo independente, enquanto um fenômeno, como estudado nesta pesquisa de tese. O termo *jornalismo independente*, enquanto um modelo, é relativamente novo e tem sido adotado por experiências jornalísticas desde o final da década de 1990. Além disso, não é consensual entre os pesquisadores, embora usual entre os protagonistas destas experiências, havendo, inclusive, uma confusão sobre a similaridade com outros modelos de jornalismo. Essa revisão do estado da arte se dá, neste capítulo, no cotejamento com o levantamento das práticas de jornalismo independente na América Latina, no intuito de uma compreensão do que de fato a terminologia abarca.

Identifica-se, principalmente a partir de pesquisa bibliográfica e documental, as principais características desse fenômeno na América Latina, propondo que haja ao menos duas gerações de jornalismo independente nos territórios latino-americanos, com exemplos de

diferentes organizações, além de uma discussão sobre o *ethos* do jornalismo independente, a partir dos entrevistados para essa pesquisa.

4.1 Jornalismo independente: um estado da arte

O jornalismo independente vem sendo estudado por pesquisas científicas pontuais, que observam uma ou outra experiência, ou algum de seus aspectos, sendo estudos, em sua maioria, setorizados ou espacialmente localizados. Sem o intuito de esgotar as possibilidades dentro desse universo, entende-se ser relevante percorrer alguns desses trabalhos a fim de explicitar a pluralidade de abordagens conceituais utilizadas. Essas pesquisas se debruçam em investigar algumas dessas experiências, no Brasil e fora dele, mas nem sempre se confrontam com o desafio de conceituá-lo, sendo, em alguns casos, essa prática jornalística apenas o objeto empírico, como na pesquisa de Coração e Martins (2014), na qual os autores investigaram o perfil do jornalismo contemporâneo, por exemplo.

Essa pluralidade se evidencia nas nomenclaturas utilizadas. Alguns autores, inclusive, utilizam mais de uma.

- *jornalismo independente/mídia independente* (CAMASÃO, 2017; FIGARO; NONATO, 2017; ROCHA; DANCOSKY, 2018; COUTINHO; MARINO, 2017; HOOF, 2013; REIS, 2017b; PATRÍCIO; BATISTA, 2017; ASSIS et al., 2017),
- *jornalismo alternativo/mídia alternativa* (SCHWAAB et al., 2013; SANDOVAL; FUCHS, 2009; FERNANDES, 2018, BRAGANÇA, 2016),
- *meios nativos digitais* (MONTERO, 2017; SEMBRAMEDIA, 2017; FACTUAL, 2016; SALAVERRÍA, 2014a),
- *jornalismo start-up* (ROBINSON; GRENNAN; ACHIFFRIN, 2015),
- *jornalismo investigativo sem fins lucrativos* (REQUEJO, 2011; SIMÃO, 2015; XAVIER, 2015),
- *jornalismo alternativo digital* (CARVALHO; BRONOSKY, 2017),
- *meios jornalísticos emergentes* (GARCÍA, 2015),
- *arranjos alternativos* (ROXO; GROHMANN; MARQUES, 2017; FIGARO, 2018)⁵⁹,

⁵⁹ Os textos que trabalham com a nomenclatura de *arranjos alternativos* são provenientes de uma mesma pesquisa, desenvolvida na USP, intitulada As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia, coordenada pela pesquisadora Roseli Figaro.

- *jornalismo contra-hegemônico/não-hegemônico* (SCHWAAB et al., 2013; COUTINHO; MARINO, 2017),
- *novas experiências de jornalismo* (SILVA, 2017),
- *alternativas midiáticas* (KAPLÚN, 2019).

Essa lista expressa a diversidade de abordagens utilizadas para tratar de um mesmo jornalismo, bem como evidencia a falta de consenso entre os autores acerca dessa prática. De maneira mais ampla, são dois os principais caminhos utilizados por esses pesquisadores na tentativa de explicar o fenômeno, ainda que com variações: o do jornalismo alternativo e da independência jornalística.

Ao adotar a perspectiva do *alternativo*, Carvalho e Bronosky (2017) afirmam que não se trata de um fenômeno novo – claramente fazendo referência aos meios nativos digitais que essa tese denomina de jornalismo independente. Discorrem sobre um histórico do jornalismo alternativo, desde o seu surgimento na Europa até as experiências brasileiras, dando margem a uma interpretação de que se trata de um fenômeno que vem se reconfigurando desde o século XIX. O associam aos ideais marxistas, fazendo referência ao que no capítulo anterior se abordou como um desdobramento da matriz popular. Oferecem, em sua abordagem, elementos que reforçam não se tratar de uma prática revolucionária e inovadora, nem ativista ou militante. Esse entendimento se dá na compreensão dos autores de que o jornalismo alternativo, diferente dessas outras práticas, não sofre imposição de interesses particulares. “O fato de o jornalismo alternativo estar próximo de organizações contra-hegemônicas, não o torna contra-hegemônico” (CARVALHO; BRONOSKY, 2017, p. 25).

Schwaab et al (2013) adotam uma abordagem semelhante. Eles nomeiam o fenômeno como espaços não-hegemônicos, dentro de um conjunto da mídia alternativa, pois compreendem que essas experiências seguem a esteira do que historicamente foi definido como jornalismo alternativo. Os autores tratam de diferenciar esse jornalismo que, como dito no capítulo anterior, na América Latina especialmente, tem um perfil opositor.

Se outrora a mídia alternativa desempenhava o papel da denúncia e oposição ao governo vigente, no contexto atual, em que a liberdade de expressão e de imprensa já foi reestabelecida, o principal foco dos novos canais midiáticos é expor e tratar de fatos que violam os direitos humanos e sociais. (SCHWAAB et al, 2013, p. 9).

O jornalismo alternativo ocupa uma condição secundária, se apresenta como um *outro* jornalismo, no entendimento de Carvalho e Bronosky (2017). Deixam claro, também, que um dos propósitos desse jornalismo é assumir o posto dos grupos dominantes e também os

vinculam aos grupos sociais que promovem os movimentos sociais, além de colocar o jornalismo alternativo em uma relação dicotômica com o jornalismo comercial. Sandoval e Fuchs (2009), por sua vez, entendem que uma mídia, para ser alternativa, deve estabelecer uma relação dialética entre os atores (produtores e audiência) e estrutura (forma econômica do produto, conteúdo, tecnologias, instituições, etc.) envolvidos no processo produtivo. E Fernandes (2018) afirma que, de modo geral, os alternativos assumem um lado e defendem determinadas posições sociais, políticas, econômicas ou culturais.

Ainda que apresentem diferenças históricas, há marcadores, características – premissas, valores, finalidade – de uma *forma* (mais ampla e geral) do jornalismo que estão presentes em suas formas mais particulares, aquilo que Williams (1979) chama de elementos de ativação de reconhecimento.

Cabe destacar que os autores citados mencionam tanto aspectos de uma matriz racional-iluminista, como a liberdade e os direitos humanos, quanto de uma matriz popular, no que diz respeito à aproximação com os movimentos sociais, a relação dialética e a defesa por posições políticas e econômicas específicas – nesse caso desde uma perspectiva da classe trabalhadora.

De acordo com Carvalho e Bronosky (2017) ambos os modelos de jornalismo, o tradicional e o alternativo, compartilham um modo de fazer, ou seja, oferecem ao seu público uma estrutura padrão e uma pretensa impessoalidade, aos moldes do que se entende por objetividade jornalística, que constituem, na prática, esses elementos que fazem com que o jornalismo seja conhecido como jornalismo – ainda que os próprios assumam que o jornalismo alternativo possui características próprias que demarcam seu papel social, o que vai de encontro à ideia de objetividade. Figaro (2018, p. 224) identifica o que chama de “um certo conservadorismo” por parte dos nativos digitais em relação ao formato desse jornalismo e de sua relação com a sociedade.

Já Silva (2017) opta por uma abordagem mais ampla e reconhece haver uma dificuldade na definição do fenômeno dos nativos digitais e uma multiplicidade de experiências. A pesquisadora propõe que o jornalismo alternativo seja uma espécie de guarda-chuva que abriga diferentes iniciativas que se encontram fora do jornalismo convencional – e que são igualmente diversas, como mencionado no Capítulo 3 desta tese. Pois, “o status de alternativa [...] mostra-se um rótulo sob o qual se abrigam iniciativas de natureza distinta” (SILVA, 2017, p. 70). E é nessa falta de conceito que Silva (2017) adota a expressão *novas experiências de jornalismo*. A autora compreende que o *alternativo* é um léxico polissêmico, que não dá conta do fenômeno, contudo entende se tratar de uma abordagem conceitual necessária por anteceder o objeto estudado.

Kaplún (2019), ao abordar, de forma mais ampla, a comunicação alternativa na América Latina, opta pelo termo alternativas midiáticas, e não meios alternativos, por entender que a primeira é mais ampla, e inclui não apenas meios, mas também produtores de conteúdo. Essa alternatividade, explica o autor, “en cuanto a la propiedad y gestión de los medios, los contenidos y las narrativas, entendiendo la comunicación como producción de vínculos y sentidos, como diálogo de saberes y sentires para construir sociedades más justas y más democráticas” (KAPLÚN, 2020, p. 10-11).

O jornalismo alternativo na contemporaneidade é, para Carvalho e Bronosky (2017, p. 32), “todos aqueles sites que não têm caráter comercial, que não visam lucro, [...] marcados pela consulta a outras fontes e por narrativas que adotam outros critérios para a hierarquização da informação”. Ainda conforme os autores, esse jornalismo é civilizador e possui uma percepção da realidade que difere dos grupos dominantes; dá espaço a vozes pouco presentes no jornalismo tradicional; e compreendem que a construção de notícias e reportagens tem como objetivo o interesse público.

Os espaços não-hegemônicos trabalhados por Schwaab et al (2013) são impulsionados na contemporaneidade pela força crescente do mercado. Os autores também os caracterizam pelo espaço dado às minorias, aos movimentos sociais e à pluralidade da sociedade. Entendem que esses produtores fazem uma crítica ao projeto hegemônico de sociedade, que é endossado pelos meios tradicionais e atribuem justamente à força crescente do mercado a sua emergência.

Ao consultar os textos-chave na discussão do jornalismo alternativo, como Downing (2001), Atton e Hamilton (2008), Sandoval e Fuchs (2009), Peruzzo (2009) e Kucinski (1991), observa-se diferentes compreensões em relação a essa prática. De um modo geral, abordam um valor de contraposição ao jornalismo tradicional e de oposição ao *status quo*, desde experiências históricas na construção de uma mídia contra-hegemônica, a uma aproximação com o popular, o comunitário e até o participativo, também constatado por Figaro (2018), aproximando-o, de alguma maneira, aos valores sistematizados pela matriz cultural de vertente popular.

Interessante observar que não é raro que os produtores de conteúdo jornalísticos dos nativos digitais na América Latina recusem o rótulo de jornalismo alternativo, ainda que esse seja o termo utilizado por boa parte dos pesquisadores. Na pesquisa *As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*, realizada no âmbito da Universidade de São Paulo (USP), coordenada pela pesquisadora Roseli Figaro, por exemplo, sobre o que seus integrantes denominam de arranjos alternativos de jornalismo, identifica-se essa mesma negação em

trechos de algumas das 25 entrevistas realizadas pela pesquisa e reproduzidas no relatório (2018).

Uma das entrevistadas da pesquisa da USP, por exemplo, representante de *AzMina*⁶⁰, quando questionada sobre a adoção da terminologia *alternativo*, respondeu que considera que nem sempre esse jornalismo é alternativo, pois isso “às vezes dá uma ideia de oposição” e ela entende que essa oposição não existe, necessariamente (FIGARO, 2018, p. 79). Já o representante do *Democratize*⁶¹ defende na entrevista concedida à pesquisa da USP, que “jornalismo é um só”, fazendo referência a uma única *forma*, e que, portanto, não há como fazer jornalismo alternativo (p. 83). Da mesma forma o representante de *Farofafá*⁶² rejeita o rótulo de alternativo, por associar o termo a uma prática militante. Outro exemplo é a entrevistada do *Nexo*⁶³, que também justifica a recusa em relação ao alternativo no que diz respeito a ideia de oposição e entende que se trata de uma nomenclatura que acaba diminuindo o trabalho desenvolvido por eles⁶⁴.

Diante da revisão acerca dessa abordagem do jornalismo alternativo nas pesquisas, compreende-se que não se trata de uma denominação que dê conta do fenômeno estudado, mas de uma vertente que, em alguma medida, abriga essa produção jornalística, como tantas outras, em uma espécie de guarda-chuva, como propôs Silva (2017).

Silva (2017), ao olhar especificamente para o fenômeno do jornalismo independente no Brasil, delimita uma *forma* para essa prática, em relação aos seus conteúdos. Destaca um conjunto de bandeiras, valores e compromissos éticos específicos, como direitos humanos, direito à cidade, pluralidade, igualdade de gênero, questão racial, democratização da mídia, empoderamento feminino e até uma crítica à globalização. Observa-se que essas temáticas guardam relação com as particularidades dos territórios latino-americanos, o que aproxima ao entendimento de que esse fenômeno jornalístico sofre interferências em sua *forma*, delimitada por valores liberais, do primeiro jornalismo, como os direitos humanos e as liberdades, mas também àqueles de uma *matriz* popular, que se volta para as minorias e com críticas mais consistentes ao capital.

E nesse debate e tentativa de diferentes pesquisadores em melhor compreender esse jornalismo independente, tem uma outra perspectiva teórica que é a da independência

⁶⁰ <https://azmina.com.br/>.

⁶¹ A página web de Democratize e suas redes sociais foram desativadas.

⁶² <https://farofafa.cartacapital.com.br/>

⁶³ <https://www.nexojornal.com.br/>

⁶⁴ Outros exemplos podem ser encontrados em Figaro (2018), da mesma forma que nas entrevistas realizadas para essa tese.

jornalística, especialmente entre aqueles que optam por usar a nomenclatura de jornalismo independente. É o caso, por exemplo, de Assis et al (2017) que abordam a independência jornalística desde uma ideia de autonomia, sendo essa autonomia um distanciamento do poder do estado e do mercado. Ressaltam que “esse distanciamento se daria não só no formato, mas nas práticas e rotinas de produção, um jeito diferente de fazer o jornalismo, onde as regras do mercado e da indústria convencional não aprisionam a criatividade e a liberdade autoral dos produtores” (ASSIS, et al, 2017, p. 7). E aqui é preciso lembrar que a autonomia e a liberdade são valores liberais, acionados pela *matriz* racional-iluminista, que por sua vez, é a matriz predominante no jornalismo tradicional.

Assis et al (2017, p. 17), entendendo a independência como um valor caro ao jornalismo, afirmam se tratar de um aspecto importante: “sabemos [...] que ele desafia o tempo e resiste às mutações que o campo sofre, e que é reivindicado por diversos atores, distintos em seus graus de autonomia, em suas origens de financiamento e em seus compromissos políticos”. E alertam para uma certa idealização dos nativos digitais em relação a independência jornalística, nos quais os autores identificam um certo grau de fetichização.

Um pressuposto comum entre pesquisadores para que uma organização jornalística se caracterize como independente, para Camasão (2017), é que ela esteja inserida em uma sociedade democrática. Cabe ressaltar que no contexto latino-americano, de acordo com o *Democracy Index 2019*⁶⁵, dos 24 países investigados, apenas 3% se encontram em uma democracia total. A maioria dos países, 58%, vive em uma democracia falha, 17% em um regime híbrido e outros 13% sob um regime autoritário. Camasão (2017), no entanto, afirma que não é possível estabelecer parâmetros universais para a definição da independência jornalística, pois devem variar de uma sociedade para outra.

Ainda assim, a questão econômica é consensual entre os pesquisadores consultados. Há um consenso de que a origem do financiamento, as verbas publicitárias, a pressão dos anunciantes e acionistas “têm efeitos sobre a independência jornalística” (CAMASÃO, 2017, p. 33), sendo esse um elemento importante quando se busca compreender esse valor normativo.

A fragilidade financeira seria uma ameaça para essa pretensa independência, de acordo com Assis et al (2017), comprometendo a autonomia dos empreendimentos de jornalismo independente. No entanto, ainda assim, os autores acreditam que se mantém uma maior liberdade editorial. Já Patrício e Batista (2017) entendem a independência dos nativos digitais

⁶⁵ O relatório completo pode ser acessado em:

http://www.eiu.com/public/thankyou_download.aspx?activity=download&campaignid=democracyindex2019

justamente pelo viés da independência econômica, a partir da sua autossustentabilidade, e também por não possuírem vínculo com os grandes grupos midiáticos.

Nessa mesma linha, Camasão (2017) diz que alguns pesquisadores, bem como jornalistas, têm defendido que o financiamento coletivo – ou os custos pagos pelo consumidor – seria uma solução para a independência jornalística, pois essa autonomia financeira resultaria em uma autonomia editorial. Contudo, o pesquisador chama a atenção para o risco que há nesse entendimento, pois um veículo que depende exclusivamente do seu público pode ser forçado a publicar exclusivamente o que for de interesse dos mesmos e, conseqüentemente, a organização se eximiria de apresentar pontos de vista minoritários ou desagradáveis a determinados segmentos. Portanto, as relações que definem o grau de independência são mais complexas do que a influência do poder econômico nas organizações (CAMASÃO, 2017).

A adoção do financiamento coletivo, apesar de não ser suficiente, tem mostrado resultados. Camasão (2017, p. 41) identifica que, “pelo menos por hora”, os resultados são significativos e possibilitam a “produção de grandes reportagens de alta relevância social, eventualmente furando a barreira das mídias tradicionais”. Contudo, faz uma ressalva de que o volume de produção e o alcance ainda são muito pequenos quando comparados com o jornalismo tradicional – fazendo, provavelmente, referência aos nativos digitais.

A partir da abordagem da independência jornalística, Assis et al (2017), ainda que assumam a nomenclatura de jornalismo independente, abordam a questão do jornalismo alternativo, e deste relacionado com o ativismo, o qual afirmam estar presente nessas experiências. Ao fazer referência ao mapa do jornalismo independente da *Agência Pública*, assim caracterizam os empreendimentos – no Brasil, portanto:

[...] são projetos nativos da internet, criados entre 1995 e 2015, com propostas diversas que frequentemente se caracterizam pelo ativismo em defesa de causas, valores e compromissos éticos específicos do nosso tempo e também pela adoção de formatos de organização distintos da indústria de mídia, como coletivos e associações sem fins lucrativos, entre outros. (ASSIS et al., 2017, p. 13).

Ao mencionar o ativismo, Assis et al (2017) retomam a abordagem que coloca o jornalismo independente como de oposição. Camasão (2017) chama atenção para uma diferenciação que divide a mídia entre dependentes *versus* independentes, em que de um lado estariam organizações jornalísticas comprometidas com os interesses do capital e, de outro, organizações descomprometidas com qualquer coisa. Referindo-se ao caso brasileiro, o autor atribui isso à polarização social na qual vive o país desde o golpe de 2016, que destituiu a

presidenta Dilma Rousseff. Uma polarização que se evidencia também em muitos dos territórios da América Latina.

4.1.1 Jornalismo independente e independência jornalística

Ao realizar a revisão bibliográfica acerca do objeto dessa tese, o jornalismo independente, encontrou-se, como apresentado na seção anterior, diversas nomenclaturas e diferentes abordagens. Nessas abordagens, em especial no que diz respeito a independência jornalística, tem-se no texto de Kari Karppinen e Hallvard Moe (2016) uma referência em comum. No entanto, observa-se um problema de tradução igualmente recorrente, pois as ideias dos autores são citadas como se tratassem da mídia independente, e não da independência midiática, como de fato é (*media independence*, no original). Entende-se, portanto, fundamental fazer essa discussão nesta tese.

Compreende-se a independência, como já explicitado, como um valor normativo do jornalismo, bastante discutido entre as indústrias midiáticas, ativistas, jornalistas e pesquisadores, evidenciando seu caráter controverso e de diferentes significados e conotações (KARPPINEN; MOE, 2016), e sendo um valor explicitado culturalmente pela *matriz* racional-iluminista e seu aporte liberal, na qual valores como autonomia e liberdade são fundamentais. Para Bennet (2015), independência midiática significa trabalhar com liberdade do controle do Estado ou sua interferência, das forças do mercado; é também ter liberdade para produzir reportagens e documentar os fatos sem ter medo de perseguição, fazendo referência mais uma vez a uma *matriz* racional-iluminista, mas que diferente do jornalismo tradicional que, como ocorreu a partir do segundo jornalismo (MARCONDES FILHO, 2000), passou a se sujeitar aos interesses do mercado a fim de garantir sua capacidade financeira.

A independência midiática é assim caracterizada:

In general terms, independence refers to an absence of external control. Independence means freedom from the influence of others, but also describes the capacity of an individual or institution to make decisions and act according to its own logic. As a normative principle, independence can be debated on different levels, and linked to a variety of frameworks and discourses. [...] In such contexts, Independence relates to autonomy; self-government or the right of an institution to make its own rules and administer its own business.⁶⁶ (KARPPINEN; MOE, 2016, p. 106).

⁶⁶ “Em termos gerais, independência se refere à ausência de controle externo. Independência significa liberdade da influência dos outros, mas também descreve a capacidade de um indivíduo ou instituição de tomar decisões e agir de acordo com a própria lógica. Como um princípio normativo, a independência pode ser discutida em muitos níveis e conectada a uma variedade de perspectivas e discursos. [...] Em tais contextos, a independência se relaciona a autonomia, ao governo próprio, ou o direito de uma instituição de criar suas próprias regras e administrar seu próprio negócio” (KARPPINEN; MOE, 2016, p. 106, tradução nossa).

A independência é, portanto, uma ideia atraente. Bennet (2015) destaca que dificilmente ela é vista como algo ruim e que esse tom positivo é decorrente da noção das liberdades individuais e da liberdade de imprensa. A independência está relacionada a outras compreensões acerca do jornalismo, tais como a função da mídia na sociedade, a liberdade de expressão, a crítica ao poder, entre outros, que carregam uma conotação positiva (KARPPINEN; MOE, 2016). Trata-se, portanto, não de uma característica exclusiva – ou exclusivamente pretendida – pelo dito jornalismo independente, como também um valor, como tantos outros, que dizem respeito a *forma* jornalística em geral e que derivam de uma determinada *matriz cultural*, igualmente presente na *forma* jornalística do jornalismo tradicional.

Camasão (2017) contribui nessa discussão ao apresentar na sua pesquisa o discurso adotado por alguns veículos tradicionais ao se apresentarem. A Folha de São Paulo, por exemplo, afirma que o vigor financeiro é seu esteio para a independência editorial, e que garante sua autonomia da produção jornalística perante o interesse de seus anunciantes. O Grupo Globo, por sua vez, afirma possuir uma política editorial que é independente dos governos. Já o The New York Times, menciona oferecer aos seus leitores um alto padrão de qualidade, justamente por serem independentes.

A partir desses três exemplos de Camasão (2017), evidencia-se um discurso de independência compartilhado pelas diferentes organizações de jornalismo. Karppinen e Moe (2016, p. 115) explicam a adoção desse discurso: “By declaring independence —from state control, market forces or mainstream conventions — media organisations (sic) and actors seek to bolster their legitimacy and credibility in the eyes of audiences, peers as well as policy-makers”⁶⁷. Assim, para os autores, o discurso de independência adotado pela mídia tradicional é parcial. Exemplificam que uma das estratégias adotadas, mesmo quando a organização é dependente do mercado, por exemplo, é afirmar que há independência do Estado, como uma maneira de ganhar credibilidade com a audiência. Trata-se de uma estratégia muito próxima do que Marcondes Filho (2000) identifica no segundo jornalismo por meio do discurso da neutralidade, um valor forjado na necessidade das empresas jornalísticas para garantir sua sobrevivência econômica.

⁶⁷ “Ao declarar independência – do controle estatal, das forças do mercado e das convenções do *mainstream* – organizações de mídia e seus atores buscam reforçar sua legitimidade e credibilidade aos olhos do público, colegas e formuladores de políticas” (KARPPINEN; MOE, 2016, p. 115, tradução nossa).

Outro exemplo que pode ser dado nesse sentido, do quanto a independência é uma retórica central na legitimação do jornalismo e, ao mesmo tempo, difere nos diferentes contextos, é o caso das políticas midiáticas europeias. Karppinen e Moe (2016) explicam que atores da mídia comercial distinguem essa mídia daquela de serviço público: a primeira seria a independente e a outra a estatal. Isso leva os autores a afirmarem que a independência é um conceito relacional. “A relational concept has no essential content; there is no such thing as total or absolute independence in the realm of media. Instead, any media will always have to deal with a multitude of different types of constraints and external influences”⁶⁸ (KARPPINEN; MOE, 2016, p. 112).

Ao afirmar que a independência é um valor normativo relacional e nunca absoluto, Karppinen e Moe (2016) explicam que há três perguntas que devem ser feitas: independência de quem, de que e por quais meios. Ainda que não seja um esquema exaustivo, tampouco de categorias analíticas, os autores propõem o seguinte quadro.

Quadro 2 – Aspectos da mídia independente

| Independência de quem? | De que? | Por quais meios? |
|-------------------------------|---------------------------|--------------------------|
| Sistema midiático | Estado/Governo | Leis e estatutos |
| Organizações de mídia | Partidos políticos | Arranjos organizacionais |
| Jornalismo | Grupos de interesse | Auto regulação |
| Emissor | Forças do mercado | Diretrizes éticas |
| | Grandes empresas de mídia | Cultura profissional |
| | Mainstream | |

Fonte: Karppinen e Moe (2016, p. 113) – tradução nossa.

Enquanto um conceito relacional, a independência pressupõe questionamentos, ou como sugere Bennet (2015), articulações. No entendimento desse autor, a independência se articula em quatro aspectos: o sócio-político, o industrial, o formal e o discursivo. É necessário acrescentar aqui ainda o aspecto financeiro. Observar esse valor normativo na relação com qualquer um desses aspectos, possibilita uma compreensão algumas vezes complexa, outras contraditória, e reafirma que o sistema midiático utilize desse conceito de forma retórica e discursiva, no intuito de atender a ideias particulares (BENNET, 2015).

⁶⁸ “Um conceito relacional não possui nenhum conteúdo essencial, não existe uma coisa como total ou absoluta dependência na mídia. Isso é, a mídia sempre terá de lidar com uma multitude de diferentes tipos de restrições e influências externas” (KARPPINEN; MOE, 2016, p. 112, tradução nossa).

Ainda que a independência seja um valor normativo caro a qualquer prática jornalística e que, com isso, seja um discurso adotado quase que indiscriminadamente no intuito de adquirir credibilidade e legitimidade, Bennet (2015) afirma que muitas vezes ela não se estende à uma formação industrial da mídia. Conforme Bennet (2015), ainda que o veículo seja considerado livre, se ele está inserido em um conglomerado, sua independência editorial pode ser questionável. O veículo pode ser dependente, também, no que o pesquisador chama de nível formal, de suas próprias fontes, as mesmas que se propõe investigar, como o governo, as grandes empresas, e as elites. “Fundamentally, media independence operates relationally – there is always the question of what any individual media formation is proclaiming to be independent of – and as an ideal that discursively shapes media systems around the globe⁶⁹” (BENNET, 2015, p. 5).

Assim, tem-se o entendimento da independência midiática, e não da jornalística. Faz-se necessário esclarecer, no entanto, que a prática jornalística está inserida nessa ideia mais ampla de mídia. Isso fica evidente na explicação de Bennet (2015) sobre o termo *mídia independente* – *independent media*, no original. O termo se refere a uma formação industrial específica que inclui, por exemplo, o cinema independente, a televisão independente, o jornal independente, os jogos independentes e a música independente (BENNET, 2015).

A mídia independente, para Bennet (2015), é politizada e oferece espaço para críticas ao capitalismo e ao mercado. Contudo, o autor destaca que nem mesmo a mídia independente é totalmente livre do mercado, e, conseqüentemente, não será radicalmente política, diferente da mídia alternativa. Aqui, Bennet (2015) começa a oferecer uma diferenciação entre mídia independente e mídia alternativa, importante nesse debate, principalmente por muitos pesquisadores adotarem o termo *alternativo* na denominação dos nativos digitais.

A concepção dos meios alternativos enquanto uma produção cultural contra-hegemônica e de oposição, especialmente em territórios tão polarizados do ponto de vista político como os da América Latina, acaba por dividir as organizações entre as que são de esquerda e as que são de direita, sendo os alternativos aliados, no senso comum, ao primeiro espectro, e se constituindo, como se viu, enquanto uma *forma* que aciona os valores de uma *matriz* popular. Essa ideia acaba atingindo também as organizações de jornalismo independente. Bennet (2015, p. 11) explica: [...] whilst many independent media formations and movements are radical *and* left-wing, this is not a necessary consequence of independence:

⁶⁹ “Fundamentalmente, a independência da mídia opera de forma relacional – sempre há a questão de que qualquer formação individual de mídia proclama ser independente – e como um ideal molda discursivamente os sistemas de mídia ao redor do mundo” (BENNET, 2015, p. 5, tradução nossa).

independent press can be left-wing or right-wing persuasion⁷⁰” (grifo do autor). O autor chama a atenção então para um terceiro termo, o da mídia alternativa (*alternative media*, no original). A existência desse terceiro termo coloca, para Bennet (2015), a mídia independente em um *continuum* entre o alternativo e o mainstream, esquematizado pelo autor da seguinte maneira:

Figura 7 – Esquema de Bennet



Fonte: BENNET (2015, p. 11).

Considerando a existência dos três termos – mídia alternativa, mídia independente e *mainstream* – tem-se na mídia alternativa a produção contra-hegemônica. Para Bennet (2015), essa é a mídia que tende ao espectro da esquerda e em que são inerentes a forma participativa e popular. E a mídia independente, por sua vez, é aquela que produz arranjos híbridos, que oferecem alternativas genuínas – se não absolutas – ao mainstream (BENNET, 2015).

A proposta do autor é elucidativa na tentativa de estabelecer limites entre um jornalismo e outro. Contudo, acredita-se que esses limites, ainda que muito válidos, não são tão rígidos quanto o autor faz parecer. Entre as experiências que se denominam independentes nem todas estão tão centralizadas quanto esse esquema, e acabam pendendo para um ou outro lado. De igual maneira, a mídia alternativa nem sempre apresenta um comportamento completamente opositor, e também se identificam espaços para produções mais independentes dentro do *mainstream*, vide o trabalho de jornalistas como Marcelo Canellas e Caco Barcelos dentro da TV Globo, no Brasil.

Karppinen e Moe (2016, p. 110), no entanto, não estabelecem uma distinção tão clara. Eles explicam que a mídia independente está frequentemente associada ao termo *indie* e dá conta de meios de comunicação alternativos, muitas vezes sem fins lucrativos ou subversivos. Os autores explicam que o termo também é utilizado por muitas formações de ativistas online, alternativos e de mídia cidadã, e que pode significar uma politização radical, uma orientação para a justiça social ou um compromisso político. Especificamente sobre as experiências na era digital, que se entende incorporar os nativos digitais, Karppinen e Moe (2016) afirmam que a

⁷⁰ “[...] embora muitas formações e movimentos da mídia independente sejam radicais e de esquerda, isso não é, necessariamente, uma consequência da independência: a imprensa independente pode ser de esquerda ou de direita” (BENNET, 2015, p. 11, tradução nossa).

independência pode estar relacionada com novas vozes e formas de jornalismo, que são financeiramente independentes da indústria tradicional.

Corroborar-se com a concepção de Bennet (2015) de que a mídia independente pressupõe novos arranjos institucionais, em um sistema diversificado e livre de interferências do governo e das pressões comerciais. Para Bennet (2015), a independência é um ideal utópico, o que se reflete nas organizações de mídia independente, comprometidas com esse ideal utópico de transformar a sociedade. Mas, como afirma o autor, é esse ideal utópico que dá esperança para uma sociedade mais aberta, mais justa e mais democrática. E acrescenta-se: mais conectada com sua realidade territorial.

4.2 O fenômeno do jornalismo independente na América Latina

Sem o objetivo de esgotar as possibilidades, ou de estabelecer critérios absolutos que delimitem o que é e o que não é jornalismo independente – enquanto uma categoria como a que esta tese estuda –, mas sim de, ao final dessa pesquisa, poder apontar características mais bem delimitadas do que é o jornalismo independente, percorre-se aqui mapeamentos acerca desse jornalismo, os critérios estabelecidos por outras pesquisas, bem como as características mais evidentes dessas experiências – para além das já abordadas no capítulo anterior.

Ainda que o recorte espacial dessa tese esteja delimitado nos territórios latino-americanos, as experiências de jornalismo independente estão presentes também nos demais continentes. Uma pesquisa realizada no âmbito da Escola de Relações Públicas e Internacionais da Universidade de Columbia, intitulada *Publishing for peanuts: Innovation and the Journalism Start-up*, conduzida por Robinson, Grennan e Schiffrin (2015), identifica algumas das características dessas experiências pelo mundo. A pesquisa tinha como objetivo identificar veículos de comunicação inovadores que produzissem notícias de alta qualidade, tecnologicamente inovadoras e com condições de sobreviver financeiramente. Não se trata de um mapeamento que esgota as experiências no mundo, mas sim de uma abordagem qualitativa que busca identificar as principais características dessa *práxis*.

As organizações que fizeram parte do estudo, incluem “small-to-medium size independent media outlets with a track record of consistently producing credible content independently of state and mainstream media in the countries in which they were operating”⁷¹ (ROBINSON, GRENNAN, SCHIFFRIN, 2015, p. 5). Entre as constatações da pesquisa, há a

⁷¹ “produtores midiáticos independentes de tamanho pequeno ou médio com um histórico de consistentemente produzir conteúdo crível, independentemente do estado e da mídia mainstream nos países onde estavam operando” (ROBINSON, GRENNAN, SCHIFFRIN, 2015, p. 5, tradução nossa).

afirmação de que não existe suficiente literatura que discuta as particularidades e as condições de operação de uma organização de jornalismo independente. Ainda assim, Salaverría (2014a), por exemplo, chama atenção para a consolidação de meios digitais, especialmente na Espanha e nos Estados Unidos, mas também para a América Latina:

A menor escala, también conviene no olvidar el auge de medios digitales alternativos, que tratan de recuperar las esencias profesionales del periodismo. En América Latina, por ejemplo, se vive en los últimos años un auténtico *boom* de estas publicaciones, con cabeceras como La Silla Vacía en Colombia, SinEmbargo en México, El Faro en El Salvador, Ciper en Chile, 14medio en Cuba y muchos otros.⁷² (SALAVERRÍA, 2014a, p. 7).

Das 35 organizações entrevistadas para a pesquisa da Universidade de Columbia, 12 são latino-americanas. São elas: *Ojo Público* (Perú), *Agência Pública* (Brasil), *Jota* (Brasil), *Animal Político* (México), *Chiapas Paralelo* (México), *El Daily Post* (México), *Emeequis* (México), *Horizontal* (México), *LadoB* (México), *Liberación* (México), *Ríodoce* (México), *SinEmbargo* (México). Destes, não foi possível encontrar o site de *Liberación*, e *Horizontal* não recebe atualizações desde novembro de 2019.

Essas referências feitas ao jornalismo independente, ainda que não sejam definições e características unânimes, vão delimitando uma determinada *forma* a essa produção jornalística, como se viu, não apenas na América Latina, mas também nos demais países, como indicam Robinson, Grennan e Schiffrin (2015, p. 6):

All over the world, independent media outlets are innovating and overcoming obstacles. Globally, start-ups are demonstrating the drive to take risks for the sake of a good idea. [...] Operating with agility, media start-ups are finding creative ways to gather and disseminate information.⁷³

Na América Latina não é diferente. Os produtores de jornalismo independente, na região, o têm praticado com um compromisso de regenerar o jornalismo (SALAVERRÍA et al, 2019). “The result is a dynamic ecosystem of digital media that is changing public discourse in the region and challenging the traditional power oligarchies” (SALAVERRÍA et al, 2019, p. 234)⁷⁴. Em territórios marcados pelas desigualdades sociais e por relações bastante desiguais

⁷² “Em uma escala menor, convém não esquecer o auge dos meios digitais alternativos, que tratam de recuperar as essências profissionais do jornalismo. Na América Latina, por exemplo, nos últimos anos se vive um autêntico *boom* dessas publicações, com exemplos como La Silla Vacía na Colômbia, SinEmbargo no México, El Faro em El Salvador, CIPER no Chile, 14medio em Cuba e muitos outros” (SALAVERRÍA, 2014, p. 7, tradução nossa).

⁷³ “Em todo o mundo, produtoras de mídia independentes estão inovando e superando obstáculos. Globalmente, as start-ups estão demonstrando a determinação necessária para aceitar os riscos de uma boa ideia. [...] Operando com agilidade, as start-ups midiáticas estão encontrando métodos criativos de coletar e disseminar informação” (ROBINSON, GRENNAN, SCHIFFRIN, 2015, p. 5, tradução nossa).

⁷⁴ “O resultado é um ecossistema dinâmico de mídia digital que está mudando o discurso público na região e desafiando o poder das oligarquias tradicionais” (SALAVERRÍA et al, 2019, p. 234, tradução nossa).

de poder, esses discursos podem evidenciar e potencializar as particularidades da região. Esse discurso, de inovação e superação, encontra consonância em outra pesquisa sobre o jornalismo independente, já mencionada nessa tese, realizada pela *SembraMedia*, a *Punto de Inflexión*, que teve origem no diretório de meios digitais levantados pela organização.

Apresentou-se, sucintamente, na Introdução dessa tese, o diretório de meios digitais de *SembraMedia* e o *Mapa do Jornalismo Independente*, da *Agência Pública*, os quais se aborda com mais detalhes nesta seção, no intuito de melhor caracterizar a produção do jornalismo independente. *SembraMedia* denominou seu levantamento, em constante atualização, de *Directorio de Medios Nativos Digitales*. Trata-se de um levantamento acerca do jornalismo independente, online e em espanhol. “Lo hacemos habilitando la posibilidad de visibilizar y transparentar la producción de contenidos en Iberoamérica”⁷⁵ e com isso, possibilitar que se estude “las tendencias de sustentabilidad, formato y contenido de dicho ecosistema”⁷⁶ (SEMBRAMEDIA, 2020a, online).

Para tanto, a organização definiu critérios de inclusão no diretório. Esses critérios, contudo, não são rígidos, como se pode observar no Quadro 3, e também explicitado por *SembraMedia*, que explica que na Ibero América, delimitação espacial do diretório, há diferentes conjunturas, que podem impossibilitar que determinadas organizações de jornalismo independente, consigam cumprir com todos os critérios. Implica compreender, a partir dos conceitos já tratados, a coexistência de diversos tempos em um mesmo espaço. Mencionam, ainda, duas situações específicas: produções que não sejam em espanhol, mas idiomas relevantes para a região, como determinadas línguas indígenas, por exemplo; e experiências realizadas no âmbito de universidades públicas e eclesiásticas.

Quadro 3 – Critérios de inclusão de SembraMedia para seu Diretório de Meios Digitais

| Critérios | Explicação |
|--------------------------------------|---|
| Nativo Digital | O meio deve ter nascido digital e publicar seus conteúdos (em sua totalidade ou a maioria) online. |
| Conteúdo original em espanhol | A maioria do conteúdo publicado pelo meio deve ser de produção própria e em espanhol. |
| Conteúdo de serviço público | O conteúdo deve ter a vocação jornalística de informar e servir ao interesse público, sem importar o tipo de temática que trabalhe. |

⁷⁵ “Fazemos isso permitindo a possibilidade de tornar visível e transparente a produção de conteúdo na Ibero América” (SEMBRAMEDIA, 2020, online, tradução nossa).

⁷⁶ “As tendências de sustentabilidade, formato e conteúdo do referido ecossistema” (SEMBRAMEDIA, 2020, online, tradução nossa).

| | |
|---|---|
| | Incluimos meios que cubram desde saúde, meio ambiente, esportes, cultura até política. |
| Não partidário | Deve ser independente econômica e editorialmente, sem importar a sua posição ideológica. Não se incluirão aqueles meios cuja única fonte de ingresso seja estatal ou de um partido político. |
| Não corporativo | A linha editorial e o sustento econômico do meio não devem responder às necessidades de uma corporação ou só um doador. |
| Blogs e Boletins (só se...) | Somente consideraremos a inclusão de blogs ou boletins nos casos em que se exerça a vocação jornalística de informar e prestar um serviço público, para incluí-los, se levará em conta se a publicação tem uma periodicidade e um objetivo de sustentabilidade no futuro. |
| Conteúdo somente em redes sociais (só se...) | O diretório incluirá meios nativos de redes sociais somente se compartilharem informação noticiosa e relevante e cumprir com todo os critérios anteriores. |
| Transparência | Exigimos um nível de transparência a todos os meios que incluimos no diretório que inclui a permissão de publicar os nomes dos fundadores, donos e/ou diretores no perfil do meio. |

Fonte: Traduzido pela autora a partir de *SembraMedia* (2020a).

Observa-se que apesar de estabelecer critérios que definam o que são esses meios nativos digitais, como denomina a organização, os critérios são bastante abertos, ao usar termos como “maioria”, por exemplo, e também subjetivos – “vocação jornalística”, “servir ao interesse público”. Tem-se, no entanto, elementos interessantes na identificação e delimitação desse tipo de jornalismo, como não ter determinados vínculos partidários e econômicos, mas não importar o posicionamento ideológico desse jornalismo.

Essa seleção dos meios a serem incluídos no diretório, bem como o levantamento de informações, fica a cargo dos embaixadores da *SembraMedia*, em diferentes países. A embaixadora da Colômbia, em entrevista a esta pesquisa, deixa claro que, apesar de haver critérios norteadores, eles não são claros nem suficientes o bastante, diante da variedade de projetos digitais de cunho jornalístico. De acordo com a embaixadora, são constantes os debates entre a equipe do que entra ou não no diretório.

Yo, muchas veces, no sé qué es un medio digital, qué significa ser un medio nativo digital, nacido digital. ¿Nació en un dominio punto com? O nació como un *podcast*, o nació de manera cómo muy análogo en su comunidad y luego lo subirán a internet,

¿entonces ya por eso los desprecio? Yo todavía tengo esas dudas.⁷⁷
(EMBAIXADORA DA SEMBRAMEDIA NA COLÔMBIA, 2019).

A embaixadora cita exemplos de experiências colombianas para ilustrar essas dúvidas. Cita os projetos de *podcasts*, inclusive um do qual faz parte, que são experiências digitais, mas não são um site. Destaca, no entanto, que se trata de um produto de jornalismo, com dez mil seguidores e mais de 300 mil *downloads*, e questiona: “Soy un medio digital o no?”⁷⁸. Outro exemplo, é de um jornalista que se dedica a vídeos jornalísticos em um canal do *Youtube*, com reportagens próprias, sozinho, com suas ferramentas e que inclusive tem um modelo sustentável, pois tem muitos acessos e recebe um tipo de pagamento da rede social digital. Os exemplos são os mais variados. *Mutante*⁷⁹, por exemplo, um projeto colombiano que está no diretório, mas que a embaixadora se questiona se é um meio digital ou um movimento social; há também projetos jornalísticos que se fundam a partir das universidades e são financiados por elas.

É nesse constante questionamento e atualização, que o diretório de meios de *SembraMedia* vai se constituindo e conta com cerca de 850 meios nativos digitais em seu banco de dados, o que inclui algumas experiências nos Estados Unidos e na Espanha, e nenhuma no Brasil. Ao buscar algum projeto do diretório há uma descrição, informações sobre redes sociais e seguidores, link de acesso, fundadores, país, área de cobertura, tipo de conteúdo, gêneros jornalísticos, técnicas utilizadas, ano de fundação, fontes de ingresso, entre outras.

Já com relação às experiências brasileiras, há o *Mapa do Jornalismo Independente*, lançado em 2016, pela *Agência Pública*. O banco de dados reúne organizações levantadas pela própria *Agência Pública* e também sugestões dos leitores, dentro de determinados critérios. Foram 82 os produtores de jornalismo independentes incluídos inicialmente pela agência. Em outra aba, *seleção dos leitores*, estão as sugestões do público, que somam cerca de 80 outras experiências. Foram critérios da *Agência Pública*: a) Organizações que produzem primordialmente conteúdo jornalístico; b) Organizações que nascem na rede; c) Projetos coletivos, que não se resumem a blogs; e d) Sites não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas.

⁷⁷ “Eu, muitas vezes, não sei o que é um meio nativo digital, o que significa ser um meio nativo digital. Nasceu em um domínio ponto com? Ou nasceu como um *podcast*, ou nasceu de uma maneira muito análoga à comunidade e logo subiram para a internet, e então eu o desconsidero? Eu ainda tenho essas dúvidas” (EMBAIXADORA DA SEMBRAMEDIA NA COLÔMBIA, 2019, tradução nossa).

⁷⁸ “Sou um meio digital ou não?” (EMBAIXADORA DA SEMBRAMEDIA NA COLÔMBIA, 2019, tradução nossa).

⁷⁹ <https://www.mutante.org/>

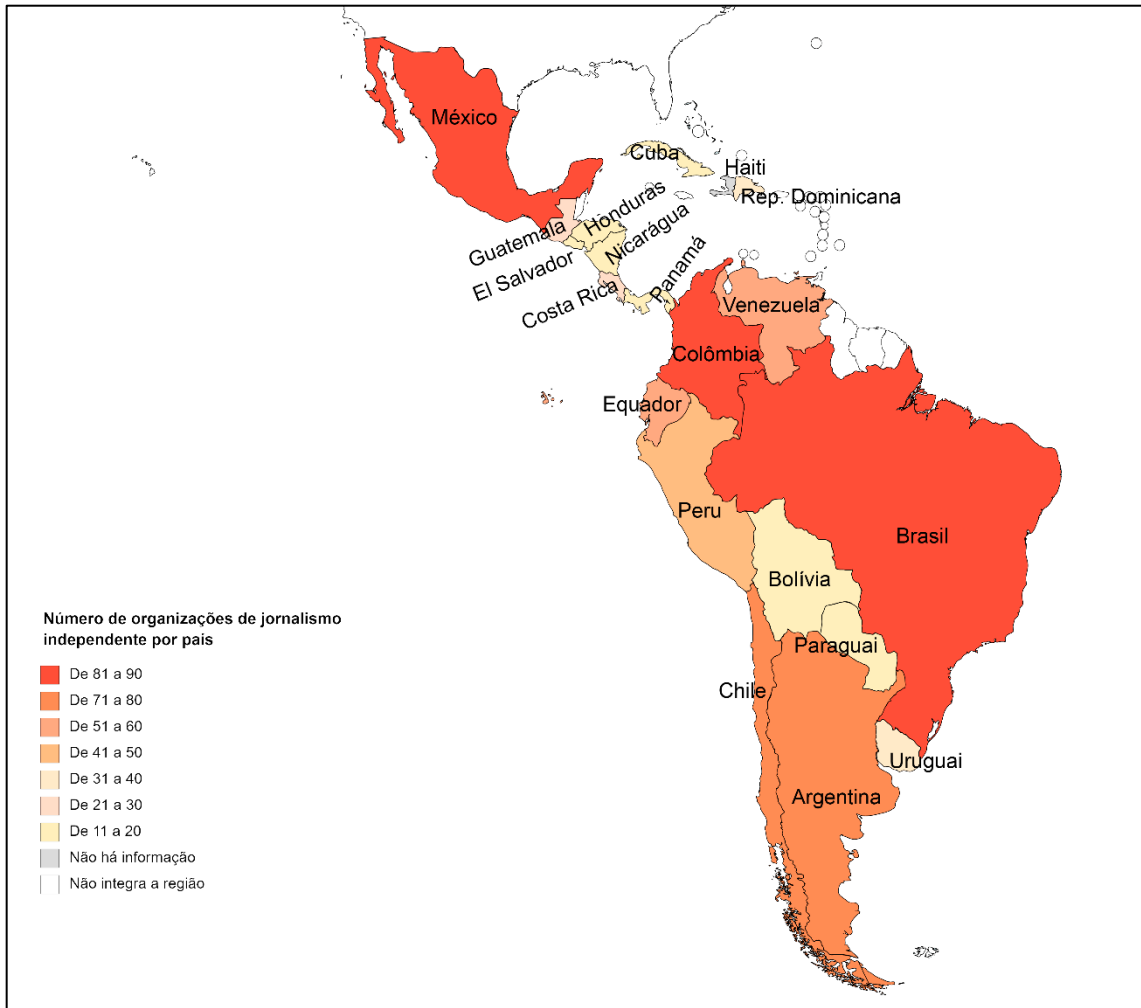
Diferente dos de *SembraMedia*, são critérios mais fechados, ainda que em menor quantidade. Identifica-se um alinhamento entre os critérios de ambas organizações, principalmente no que diz respeito à independência, ou seja, não possuir vínculos com nenhum tipo de poder, além de serem de cunho jornalístico, de interesse público e digitais. Os dois primeiros, especificamente, remetem aos valores liberais da *matriz cultural* racional-iluminista.

O banco de dados da *Agência Pública*, assim como o de *SembraMedia*, oferece algumas informações sobre as organizações de jornalismo independente mapeadas, como uma breve descrição, onde está localizada e sua área de cobertura, como se mantém, e links para o site e redes sociais digitais.

Da revisão da literatura feita para esta pesquisa, entre os textos que tinham como objeto o jornalismo independente, em suas distintas nomenclaturas, não se identificou critérios de seleção do seu corpus a partir de características pré-estabelecidas. Nos casos brasileiros, o que se verifica, é a frequente utilização do *Mapa do Jornalismo Independente*, da *Agência Pública*, como ponto de partida, reforçando, de alguma maneira, a metodologia de seleção adotada pela organização, como, por exemplo, consta em Figaro (2018).

O mapa (Figura 8), representa graficamente, em escala, os países com mais – e com menos – meios, a partir dos registros do diretório de *SembraMedia* e do mapa da *Agência Pública*. Os países do Panamá, Belize, Haiti, Jamaica, Guiana, Suriname e Guiana Francesa, estão em branco, pois nenhum dos dois mapeamentos oferece dados sobre eles e a pesquisadora desconhece experiências desse tipo em tais países.

Figura 8 – Mapa do jornalismo independente na América Latina



Fonte: Elaborado pela autora a partir de mapchat.net, com dados de SembraMedia (2020) e Agência Pública (2016).

García (2015), desde a Colômbia, ao pesquisar o que denominou de meios jornalísticos emergentes na internet, na América Latina, oferece elementos que contribuem para a caracterização do jornalismo independente. Foram cinco os critérios estabelecidos: a) Sejam meios nativos digitais, e não migrados; b) Tenham sido criados por jornalistas com experiência na profissão; c) Serem independentes, e não criados como um projeto de negócios de uma corporação; d) Incorporarem em seus processos inovações que explorem a linguagem dos novos meios, sem serem réplicas do jornalismo tradicional, sugerindo traços, em suas práticas e conteúdos, que podem orientar práticas e técnicas de vanguarda; e e) Seus trabalhos sejam reconhecidos entre seus pares como amostra de boas práticas. A saber, integraram o corpus da referida pesquisa: *CIPER* (Chile), *Verdad Abierta* (Colômbia), *La Silla Vacía* (Colômbia),

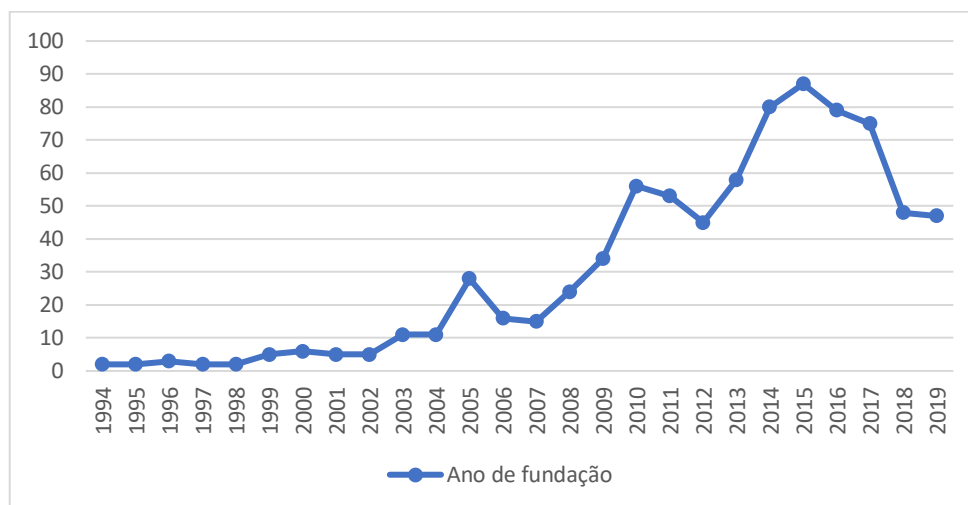
Chequeado (Argentina), *Connectas*⁸⁰ (atuação na América Latina, a partir da Colômbia), e *Poderopedia* (Chile), sendo que essa última está inativa desde 2016.

Observa-se, uma vez mais, um alinhamento entre os critérios estabelecidos. Destaca-se a recorrência nesses levantamentos do item “meios nativos digitais” e também em relação à independência do poder instituído em seus territórios, como o econômico, o partidário e o empresarial. Ressalta-se, ainda, a menção de García (2015) a respeito do reconhecimento dos pares em relação à produção jornalística e também uma diferenciação em inovação e linguagem, que difiram o conteúdo do jornalismo independente daquele tradicional.

Ressalta-se que o jornalismo independente é um fenômeno ainda recente (conforme Gráfico 2), e, portanto, em contínua transformação e emergência. Trata-se de um campo em construção, com constantes transformações, por seu caráter experimental, e também com particularidades, e contextos próprios (FIGARO, 2018; GARCÍA, 2015), de acordo com os territórios nos quais estão inseridos e as condições proporcionadas por esse entorno territorial. E aí reside a dificuldade, relatada pela embaixadora da *SembraMedia* na Colômbia, em definir o que é ou não um projeto de jornalismo independente.

As características em relação a essas organizações também são difusas, a partir do que se pode identificar em *SembraMedia*, para a América hispânica, e do *Mapa do Jornalismo Independente*, da *Agência Pública*, no Brasil, bem como a pesquisa coordenada por Figaro (2018), no mesmo país, e os dados levantados pela Universidade de Columbia (2015). Há um consenso, no entanto, em relação ao surgimento dessas iniciativas, com poucos registros antes dos anos 2000 e um crescimento acentuado a partir do início da segunda década do século XXI, especialmente. O Gráfico 2 ilustra esse crescimento a partir dos dados de *SembraMedia*, que desconsidera as experiências brasileiras.

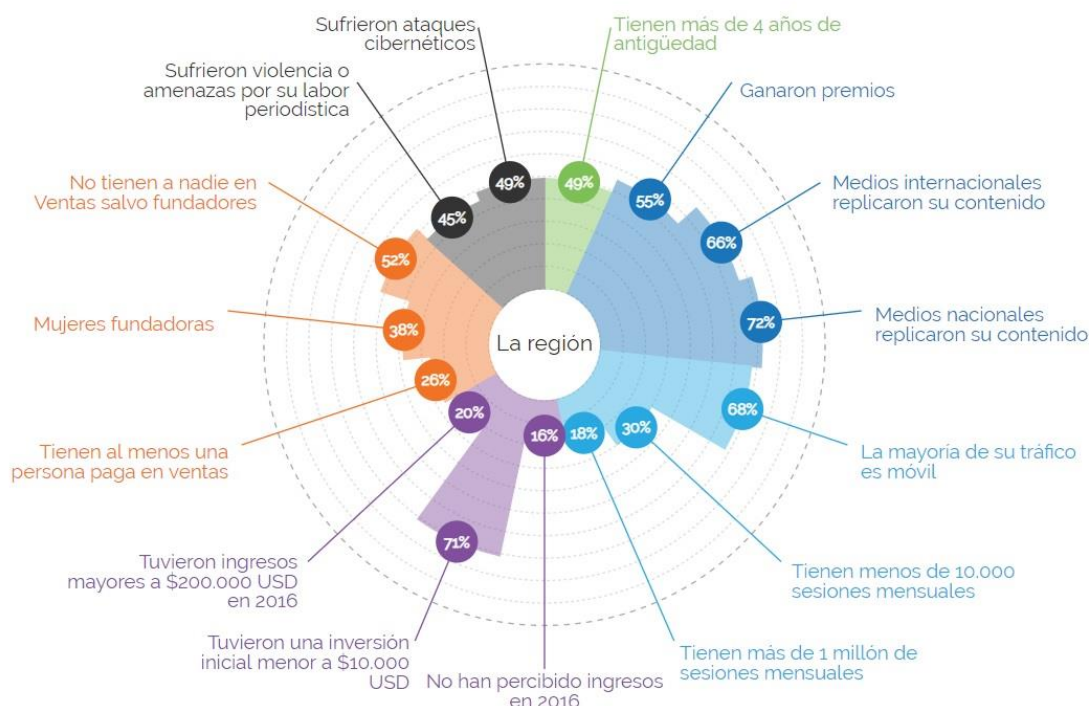
⁸⁰ <https://www.connectas.org/>

Gráfico 2 – Ano de surgimento dos projetos de jornalismo independente

Fonte: SembraMedia (2020).

Ressalta-se o fato de o diretório de *SembraMedia* estar em constante atualização, bem como as fragilidades existentes no tocante a seleção das organizações que entram, ou não, no banco de dados. Ainda assim, entende-se ser ilustrativo na compreensão da temporalidade desses projetos. Da mesma forma é ilustrativa a Figura 9, elaborada por *SembraMedia* a partir da pesquisa *Punto de Inflexión*, na compreensão das principais características do jornalismo independente na América Latina. Relembra-se o fato de essa pesquisa, em específico, ter tido como objeto cem organizações, distribuídas em quatro países – Brasil, Argentina, Colômbia e México.

Figura 9 – Principais características das organizações de jornalismo independente na América Latina



Fonte: Punto de Inflexión (2017, p. 5).

Destacam-se, especialmente, os índices que estão no azul mais escuro, que dizem respeito ao que o relatório denominou “impacto”, que dão conta, especialmente do conteúdo desse jornalismo independente e que, de alguma maneira, guardam relação com um dos critérios de García (2015), sobre o reconhecimento do trabalho dessas organizações por seus pares. Dois terços das organizações que integraram a pesquisa, já haviam recebido algum tipo de prêmio nacional ou internacional, o que, de acordo com o relatório, estimula a credibilidade desses projetos. O destaque, no documento, fica por conta do *Premio Gabo* de jornalismo, promovido pela *Fundación Gabo*, em 2016, onde os vencedores das quatro categorias do prêmio – texto, imagem cobertura e inovação – e também o reconhecimento de excelência, foram para as mãos de jornalistas de organizações independentes, respectivamente: Natália Viana, da *Agência Pública*; Caio Cavechi, Carlos Juliano Barros, Ana Aranha, Caue Angeli, Marcelo Min e Leonardo Sakamoto, da *Repórter Brasil*⁸¹; Juanita León, da *La Silla Vacía*, Eva Belmonte, Miguel Ángel Gavilanes, David Cabo, Raúl Díaz Poblete y Antonio Villarreal, de *Fundación Civio*⁸², e a equipe de *El Faro*. Essa premiação de 2016 corrobora com o papel desempenhado

⁸¹ <https://reporterbrasil.org.br/>

⁸² <https://civio.es/>

pela *Fundación Gabo* nos territórios latino-americanos, como se discute no capítulo seguinte, enquanto uma rede e um espaço de intercâmbio e reconhecimento dessas experiências.

De acordo com os resultados de *Punto de Inflexión* (2017), as organizações de jornalismo independente produzem um conteúdo que têm repercussões em seus territórios, que vão desde a proteção de espécies em perigo até o desenvolvimento de políticas e investigações que levam à renúncia de políticos corruptos (SEMBRAMEDIA, 2017). “[...] están publicando historias que otros medios en sus países no pueden (o no quieren) debido al control gubernamental, a las amenazas, o a la influencia de intereses financieros”⁸³ (SEMBRAMEDIA, 2017, p. 16). Essa constatação guarda relação com as fragilidades latino-americanas e seu contexto democrático.

Os achados da pesquisa coordenada por Figaro (2018) estão alinhados com os anteriores, ou ao menos com os critérios já apresentados. Afirmam serem projetos jovens e com profissionais jovens, e liderados, em sua maioria, por mulheres. Essa questão de gênero, inclusive, surge em uma das entrevistas realizadas por essa pesquisa, como um aspecto que impulsiona a criação dessas organizações. Para a diretora executiva de *Chequeado* (2019), em entrevista a esta pesquisa, o pouco espaço possibilitado às mulheres nas redações de jornalismo tradicional, principalmente em temas caros ao jornalismo independente, como a política e a investigação jornalística, constitui um elemento motivador para que jornalistas mulheres criem seu próprio espaço, suas próprias possibilidades. Acredita-se, assim, que essa seja uma das razões pelas quais muitas das organizações de jornalismo independente sejam fundadas e/ou dirigidas por mulheres.

Barragán (2018), por sua vez, traçou o que chamou de *Geografía digital de emprendimientos en América Latina*, em que foram analisadas 50 experiências latino-americanas. Os critérios do estudo incluíram a necessidade de a organização ser reconhecida pelo seu aporte jornalístico, ter no mínimo dois anos e um modelo de negócios definido, além de um tráfego superior a 10 mil usuários únicos ao mês. A pesquisa apontou, entre outros, qual a localização dos servidores desses sites, o que diz sobre suas inserções nos territórios da América Latina, e identificou que 92% está localizada nos Estados Unidos. Esse dado, somado aos financiadores analisados no Capítulo 5, reforçam uma dependência dos ditos países centrais, um atravessamento de verticalidades em projetos que se pretendem independentes e em alguma medida, de resistência. A saber, do restante dos servidores, 4% está no Brasil, 2% no Canadá e

⁸³ “estão publicando histórias que outras mídias em seus países não podem (ou não querem) devido ao controle do governo, ameaças ou influência de interesses financeiros” (SEMBRAMEDIA, 2017, p. 16, tradução nossa).

outros 2% no Peru. Outro dado que cabe ressaltar é que, apesar de defenderem a bandeira da transparência, apenas 14% contavam com uma seção sobre como se financiam em seus sites.

Observa-se um perfil plural nesse jornalismo independente, da mesma maneira que se evidenciou não haver um modelo único em relação ao financiamento dessas organizações⁸⁴. E dentro dessa pluralidade observa-se, ainda, ao menos duas gerações desse jornalismo independente, nativo digital e sem dependência dos poderes, uma que se dá por volta dos anos 2010 e outra mais contemporânea, que tem início em 2014.

4.2.1 Gerações do jornalismo independente na América Latina

Observa-se, empiricamente, um aumento do número de organizações de jornalismo independente, no Brasil e nos demais territórios latino-americanos, especialmente a partir da segunda década do século XXI, o que, inclusive, motivou essa pesquisa. E a pesquisa de dados secundários e as entrevistas realizadas para essa tese evidenciaram haver o que se chama aqui de duas gerações do jornalismo independente na América Latina. Esta seção destaca algumas dessas organizações, a fim de ilustrar cada uma das duas gerações de jornalismo independente na América Latina, sendo, de forma alguma, exaustiva.

Ainda que os dados levantados por *SembraMedia* registrem nativos digitais já em 1994, é no final do século XX, em 1998, mais especificamente, que inicia o projeto de jornalismo independente considerado o pioneiro na região. Trata-se de *El Faro*, de El Salvador, considerado o primeiro jornal digital latino-americano (BARRAGÁN, 2018), que aposta no jornalismo investigativo e em profundidade.

Carlos Dada e Jorge Simán fundaram *El Faro* a partir de uma necessidade que tinham como leitores, descontentes com o tipo de jornalismo que se praticava no país. A ideia inicial era fazer um jornal impresso, porém ao avaliarem os custos, optaram por lançar *El Faro* em formato digital. O objetivo era que logo ele pudesse se tornar um produto impresso tanto que, em entrevista ao *El Puercoespín*⁸⁵, em 2010, Dada contou que no primeiro editorial da organização, escreveram que eram digitais “mientras tanto”.

Em 2019, 57,4% dos salvadorenos tinham acesso à internet, de acordo com dados do *Internet World Stats*, abaixo da média da América Latina que no mesmo ano era de 68.9%. Em

⁸⁴ O financiamento do jornalismo independente enquanto uma condição de seu desenvolvimento é abordado no capítulo 5.

⁸⁵ *El Puercoespín* foi uma organização de jornalismo independente da Argentina, mas já encerrou as atividades. Seu conteúdo, porém, segue online. O texto que trata de *El Faro* é de 2010 e está disponível em: <https://web.archive.org/web/20150115060742/http://www.elpuercoespín.com.ar/2010/07/30/el-faro-de-el-salvador-el-periodico-digital-que-se-hizo-sin-dinero-sin-internet-y-sin-pais/>.

2012, dado mais antigo que se pôde consultar, 14 anos depois do lançamento de *El Faro*, apenas 24,5% da população de El Salvador tinha acesso à internet. Esses dados evidenciam o pioneirismo de *El Faro* que, em 1998, com índices de acesso à internet provavelmente baixíssimos, no menor país da América Latina, lançou o primeiro jornal digital, já em um formato independente. Em razão disso, nos primeiros anos de existência, a audiência de *El Faro* era formada por salvadorenhos que viviam em outros países (EL PUERCOESPÍN, 2010).

El Faro se tornou, assim, referência no jornalismo independente latino-americano. Nos primeiros cinco anos não recebeu nenhum tipo de ingresso financeiro e contava com o trabalho voluntário de colaboradores. Dessa maneira, ajudou a formar toda uma geração de jornalistas no país (EL PUERCOESPÍN, 2010). Em 2020, investiga corrupção, crime organizado, migração, cultura, desigualdade e direitos humanos e conta com uma equipe fixa de 35 pessoas, das quais 25 estão na redação (EL FARO, 2020). Além do formato *online*, também conta com suportes *offline*: rádio, livros, cinema-documental e eventos presenciais. Dada, um dos fundadores, em entrevista, em 2010, explicou a política editorial de *El Faro*:

No queríamos ser un medio ideológico porque este es un país muy polarizado [El Salvador], y volverte de derecha o de izquierda o tener afinidades hacia este u otro te restaba credibilidad con un sector importante de lectores. El problema es que este país ha estado los últimos veinte años gobernado por un gobierno de derecha. Y nosotros como siempre creímos que un medio de comunicación tiene que ser crítico ante el poder, pues durante casi toda nuestra existencia mucha gente nos identificó como un medio de izquierda. Si revisas nuestra pauta, nuestros intereses, nuestra agenda editorial, creo que sería natural identificarlo con valores que, en Latinoamérica, son más de izquierda que de derecha, sí; pero si me preguntas filosóficamente, nos identificamos mucho más con el liberalismo que con el socialismo. El problema es que, si estás obsesionado, como estamos, en denunciar pobreza, violencia, corrupción, inseguridad pública, pues depende quién esté en el poder.⁸⁶ (EL PUERCOESPÍN, 2010, online).

Chama atenção a menção que o jornalista faz sobre a organização se identificar mais com os valores do liberalismo, o que remete à *matriz* racional-iluminista e aos valores acionados pelo jornalismo tradicional; assim como também se destaca a existência de uma espécie de

⁸⁶ “Não queríamos ser um meio ideológico, porque este é um país muito polarizado [El Salvador], ir à esquerda ou à direita ou ter afinidades por um ou outro, te tira credibilidade junto a um setor importante de leitores. O problema é que este país foi governado por um governo de direita nos últimos vinte anos. E como nós sempre acreditamos que um meio de comunicação deve ser crítico ao poder, durante a maior parte da nossa existência, muitas pessoas nos identificaram como uma mídia de esquerda. Se você revisar nossas diretrizes, nossos interesses, nossa agenda editorial, acho que seria natural identificá-la com valores que, na América Latina, são mais à esquerda do que à direita, sim; mas se você me perguntar filosoficamente, nos identificamos muito mais com o liberalismo do que com o socialismo. O problema é que, se você está obcecado, como nós, em denunciar pobreza, violência, corrupção, insegurança pública, isso depende de quem está no poder” (EL PUERCOESPÍN, 2010, tradução nossa).

agenda de princípios e valores que, por sua vez, estariam mais relacionados às pautas da imprensa alternativa, evidenciando um compromisso com a vida dos sujeitos.

Em 2016, *El Faro* recebeu o Prêmio Gabriel García Márquez de jornalismo, na categoria *Reconhecimento à Excelência*. Foi a primeira vez que essa categoria da premiação concedeu o prêmio à uma equipe, e não a um jornalista. Para a *Fundación Gabo* (2016), o reconhecimento se dá pela organização estar sediada em um dos países mais violentos da Ibero-América, em um ambiente “político y económico hostil para el desarrollo del periodismo independiente⁸⁷”, sendo pioneiro no jornalismo digital, e por ter “desarrollado, un estilo que ha abierto brechas innovadoras para el ejercicio del buen periodismo y la cobertura de la violencia más allá de Centroamérica”⁸⁸.

El Faro inaugura, portanto, o que já é um fenômeno na América Latina, que são as organizações de jornalismo independente. Não se pretende aqui afirmar que todas os projetos que seguiram se espelharam e inspiraram apenas na experiência salvadorenha, até porque, como se viu até aqui, uma das principais características do jornalismo independente é sua pluralidade e dinamicidade. Mas é possível identificar elementos em *El Faro* que são comuns ao jornalismo praticado pelas organizações latino-americanas, como por exemplo a ênfase no jornalismo de investigação e em profundidade, bem como em temas como política e direitos humanos.

Na sequência tem-se o que se considera uma primeira geração do jornalismo independente nos territórios latino-americanos – na qual se poderia incluir *El Faro*, pelas semelhanças –, onde se localiza boa parte dos entrevistados dessa pesquisa, que surgem por volta dos anos 2010, constituindo o que se identifica como um grupo de organizações de jornalismo independente referência entre os pares na região, ou “veteranos”, como os nomeou a cofundadora e codiretora da *Agência Pública* (2019) ou “líderes”, de acordo com o diretor geral e cofundador da *Fundación Gabo* (2020), ambos em entrevista para esta pesquisa.

Em 2013, dez desses projetos criaram a rede *Aliados*, uma rede de fortalecimento e cooperação mútua, com o intuito de buscar novas formas de sustentabilidade para o jornalismo independente. De acordo com texto publicado à época por *Animal Político* (2013), integram a rede os meios digitais independentes de maior penetração na América Latina, naquele período. Integram a *Aliados: Agência Pública* (Brasil), *CIPER* (Chile), *Confidencial* (Nicarágua), *El Faro* (El Salvador), *El Puercoespín* (Argentina), *IDL-Reporteros* (Perú), *La Silla Vacía*

⁸⁷ “Político e econômico hostil para o desenvolvimento do jornalismo independente” (FUNDACIÓN GABO, 2016, tradução nossa).

⁸⁸ “Desenvolvido um estilo que abriu brechas inovadoras para o exercício do bom jornalismo e a cobertura de violência para além da América Central” (FUNDACIÓN GABO, 2016, tradução nossa).

(Colômbia), *Plaza Pública*⁸⁹ (Guatemala) e *The Clinic*⁹⁰ (Chile) – destes, *El Puercoespín* não está mais ativo. Sendo estes alguns dos projetos compreendidos nessa primeira geração.

Temporalmente, tem-se, primeiro, o *CIPER – Centro de Investigación Periodística* –, no Chile, em 2007. Em um modelo sem fins lucrativos, a organização se dedica ao jornalismo de investigação, especialmente do poder político e econômico, dos poderes público e privados. (SEMBRAMEDIA, 2020b). Orientam-se pelo interesse público, no sentido de demandas para o bom funcionamento das instituições em meio as quais se desenvolve a vida em comum. E isso implica em praticar um jornalismo no qual a investigação jornalística não seja afetada pelas opiniões ou posicionamento político de quem o exerce (CIPER, 2020). As investigações de *CIPER* possibilitam que o leitor faça o *download* de documentos acessados para a reportagem, o que inclui pedidos de acesso à informação e as respostas recebidas pela organização.

Já em 2009 nasce *La Silla Vacía*, na Colômbia. Juanita León, fundadora de *La Silla Vacía*, tinha vontade de inovar e fazer o jornalismo que gostaria de ler. León é advogada de formação e mestra em jornalismo pela Universidade de Columbia. Trabalhou em organizações como *The Wall Street Journal Americas*, em Nova Iorque, em *El Tiempo*, na Colômbia, onde cobriu o processo de paz com as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia (FARC), e também na revista *Semana*, no mesmo país, como editora de reportagem, onde participou da criação de *Semana.com*. Em 2006 foi bolsista Nieman, na Universidade de Harvard, e dirigiu o lançamento de *Flypmedia.com*, em Nova Iorque, uma revista digital considerada inovadora (SEMANA, 2011).

Enfatiza-se esse perfil da fundadora, pois ele auxilia na compreensão do histórico de *La Silla Vacía*, bem como se dá o desenvolvimento dessa organização enquanto integrante desse grupo de referências, nesse período, na América Latina. A fundadora, portanto, tem um histórico de trabalho em meios tradicionais, e também uma formação, eminentemente nos Estados Unidos. É de lá que León volta para Colômbia, com um financiamento, já da *Open Society*, para iniciar um projeto próprio e digital. Isso corrobora com um dos achados de García (2015, p. 118), que identifica que entre as experiências de jornalismo independente na América Latina, a maioria é liderado por “periodistas nodales”, profissionais com trajetórias que permitem conexões e relações com fontes de informação.

A fundadora e editora de *La Silla Vacía* (2018), conta que sentia que, enquanto jornalista nos meios tradicionais colombianos, não havia contado como realmente se movia o poder no país, e que sentia falta de um veículo que explicasse como é o processo de tomada de decisões

⁸⁹ <https://www.plazapublica.com.gt/>

⁹⁰ <https://www.theclinic.cl/>

públicas e o que há por trás desses processos. *La Silla Vacía*, assim, se caracteriza por ser um site informativo com o foco em como funciona o poder na Colômbia. Assim se apresenta em sua seção “Quiénes somos”:

El objetivo principal de este medio es hacer buen periodismo. Aquel que está en el lugar donde suceden las cosas y que las puede contar porque estuvo allí o porque habló con los protagonistas; más que formular juicios buscamos plantear preguntas; más que simplificar las cosas buscamos complejizarlas; más que agradar a un gran público buscamos ayudar al segmento de los formadores de opinión a comprender la política nacional; más que pertenecer al poder buscamos develar cómo opera; más que aliarnos con una facción incluiremos la mayor cantidad de voces. Más que narrar eventos puntuales encontramos conexiones entre los sucesos. [...] No nos comprometemos a mostrar todos los lados tanto como a reflejar la versión más cercana a la verdad porque sabemos que muchas veces una parte tiene más razón que otra.⁹¹ (LA SILLA VACÍA, 2020a).

Observa-se um discurso comprometido com a apuração jornalística. Em 9 de janeiro de 2020 a fundadora e editora publicou um texto no site de *La Silla Vacía* em que anunciava os planos para aquele ano. No texto ela conta que a equipe esteve reunida refletindo sobre o que significa, depois de mais de dez anos de lançamento, investigar o poder na Colômbia. Os questionamentos, conforme o texto, tiveram origem “nos últimos acontecimentos”, fazendo referência à onda de protestos que tomou o país em novembro e dezembro de 2019. Conclui que há novos poderes em jogo, como os que se expressam nas ruas e o poder empresarial e que esses poderes, definidos pela organização como “não institucional”, passava a ser coberto pelas investigações de *La Silla Vacía* de maneira mais sistemática (LA SILLA VACÍA, 2020b).

No ano seguinte ao lançamento de *La Silla Vacía*, em 2010, tem-se o surgimento de pelo menos três organizações de jornalismo independente que podem ser incluídas nessa primeira geração: *IDL-Reporteros*, no Peru, *Chequeado*, na Argentina, e *Animal Político*, no México – sendo que os dois últimos tiveram sujeitos entrevistados para essa pesquisa.

No Peru, *IDL-Reporteros* nasce a partir da ONG *IDL – Instituto de Defensa Legal*, uma organização defensora dos direitos humanos no país. De acordo com informações de *SembraMedia* (2020c), *IDL-Reporteros* foi fundado e é dirigido por Gustavo Gorriti, um prestigiado jornalista peruano, e se dedica em praticar um jornalismo de investigação focado

⁹¹ “O principal objetivo deste meio é fazer um bom jornalismo. Aquele que está no lugar onde as coisas acontecem e que as pode contar porque esteve ali ou porque falou com os protagonistas; mais que formar juízos buscamos oferecer perguntas; mais que simplificar as coisas buscamos as complexificar; mais que agradar a um grande público buscamos ajudar o segmento de formadores de opinião a compreender a política nacional; mais que pertencer ao poder buscamos desvelar como opera; mais que nos aliarmos um grupo, incluiremos a maior quantidade de vozes. Mais que narrar eventos pontuais encontramos conexões entre os acontecimentos. [...] Não nos comprometemos a mostrar todos os lados e sim a refletir a versão mais próxima da verdade porque sabemos que muitas vezes uma parte tem mais razão que outro” (LA SILLA VACÍA, 2020^a, tradução nossa).

em investigar corrupção, narcotráfico, segurança interna e os abusos corporativos de poder no Peru.

Diferente das demais organizações vistas até aqui, *Chequeado*, na Argentina, que nasce nessa mesma onda dos anos 2010, não foi fundado por jornalistas. O fundam Julio Aranovich, doutor em Física; José Alberto Beckinschtein, economista político; e Roberto Lugo, doutor em Química. A diretora executiva de *Chequeado*, em entrevista para essa pesquisa (2019), explicou que os três, enquanto consumidores de notícias, em um momento de muita polarização política no país, perceberam que o debate estava centrado em quem dizia o quê, e muito pouco no que diziam. “Entonces, ellos que venían de las ciencias duras, decían: ‘yo no quiero centrarme en quien lo decís, yo quiero saber si el hecho a que estás refiriendo es o no es’”⁹².

Chequeado nasce, assim, como o primeiro projeto de *fact-checking* na América Latina – no mundo haviam, de acordo com informação do site de *Chequeado*, apenas outros nove *fact-checkers* – quando ainda nem se falava em notícias falsas. Apresentam-se, em uma seção do seu site, como um veículo não partidário e sem fins lucrativos, que se dedica a verificar o discurso público, a promoção do acesso à informação e a abertura de dados. Afirmações de pessoas públicas são checadas e classificadas de “verdadeiro” a “falso”, entre outras classificações, de acordo com a consistência do que foi dito. Além disso, *Chequeado* também produz investigações jornalísticas sobre temas chave e pouco abordados (CHEQUEADO, 2020a). De acordo com *SembraMedia* (2020d), *Chequeado* desenvolveu um método de verificação de discurso com jornalismo de dados que foi replicado em diferentes organizações na América Latina, como a *Agência Pública*, *La Silla Vacía* e *Animal Político*.

Animal Político também tem sua particularidade, reforçando um padrão no tocante a pluralidade de formatos. A organização iniciou com uma conta no *Twitter*, a *@pajaropolitico*, um ano antes, em 2009. A editora geral de *Animal Político* (2020), em entrevista para essa pesquisa, conta que, pelo perfil na rede social digital, os fundadores foram entendendo o que as audiências que estavam nessas plataformas necessitavam, um veículo nativo digital, quando o que existia era, em sua maioria, jornais impressos que passavam suas páginas para o formato digital. *Animal Político*, assim, nasceu de um intercâmbio com as audiências.

De acordo com o “Quiénes somos” de *Animal Político*, a organização reúne jornalistas, designers, programadores e editores de vídeo para criar conteúdo com rigor, precisão e pensado para servir aos cidadãos, como indica sua história de constituição contada por sua

⁹² “Então, eles que vinham das ciências duras, diziam: ‘eu não quero me centrar em quem diz, eu quero saber se o assunto sobre o qual se refere é ou não é’” (DIRETORA EXECUTIVA DE CHEQUEADO, 2019, tradução nossa).

editora geral. A organização pretende ser um espaço de referência de informação sobre o México, oferecendo contexto em seus textos, permitindo que a audiência entenda o que se passa no país. “No somos ajenos a las batallas de la ciudadanía, tampoco somos indiferentes a los temas que propician la desigualdad y la discriminación”⁹³ (ANIMAL POLÍTICO, 2020a).

Em seu site, *Animal Político*, assim como outros projetos, oferecem acesso à ata constitutiva da organização, que tem como proprietários a *Elephant Publishing LLC* e a *Printed Matter LLC*. O documento, de maio de 2010, declara como sócios acionistas as duas empresas já citadas, que tem como nacionalidade os Estados Unidos. Em outras palavras, um investimento de capital estrangeiro para a fundação de *Animal Político*, nos moldes de como se inserem os conglomerados de mídia tradicionais nos territórios latino-americanos, vistos no Capítulo 3. Tem-se mais uma vez o atravessamento de verticalidades nos territórios.

Outro aspecto de *Animal Político* que é preciso destacar, é seu ingresso, em 2018, ao *Grupo Editorial Criterio*, o que destoa, inclusive, dos critérios utilizados na definição do jornalismo independente, entre eles, o fato de não pertencer a nenhum conglomerado. Em seu site, há apenas um selo desse grupo editorial e mais nenhuma menção. Em entrevista ao *Knight Center*, em 2018, a editora geral de *Animal Político* comentou que o objetivo da parceria é aproveitar a força comercial de um meio de comunicação tradicional. Além de *Animal Político*, integram esse grupo, *Animal Gourmet*⁹⁴, *Animal MX*⁹⁵, *Gaceta Reivindicación Sindical*⁹⁶ (site e revista), *Newsweek México*⁹⁷ (site e revista) e *Criterio Hidalgo*⁹⁸ (site e jornal).

Também nessa onda, tem-se em 2011 o *GK.city*, no Equador, e a *Agência Pública*, no Brasil. Conforme a cofundadora e diretora editorial de *GK.city* (2020), a organização nasce como uma alternativa aos veículos tradicionais, para tratar de temas que eram pouco ou não contemplados pela agenda do *mainstream*. Nasce, como os demais, como um espaço experimental e colaborativo, e que teve sua primeira fonte de financiamento somente em 2015. *GK.city* também foca na reportagem em profundidade, e não na notícia cotidiana, explicando e dando contexto, com análises, ensaios, reportagens, perfis e crônicas (GK.CITY, 2020a).

Já a *Agência Pública*, por sua vez, integra o grupo de organizações de jornalismo independentes fundadas por mulheres, no Brasil. Ressalta-se o fato de nascer e atuar como uma agência, e, portanto, seu conteúdo pode ser republicado, gratuitamente, sob licença *creative*

⁹³ “Não somos alheios às batalhas da cidadania, nem somos indiferentes às questões que promovem a desigualdade e a discriminação” (ANIMAL POLÍTICO, 2020, tradução nossa).

⁹⁴ <https://www.animalgourmet.com/>

⁹⁵ <https://animal.mx/>

⁹⁶ <https://rssindical.mx/>

⁹⁷ <https://newsweekespanol.com/>

⁹⁸ <https://criteriohidalgo.com/>

commons. De acordo com a cofundadora e codiretora da *Agência Pública* (2019), ela e a outra fundadora, já discutiam há algum tempo a ideia de um projeto de jornalismo. O projeto de uma agência de reportagem saiu do *privado* e tornou-se *público* (JOHNSON, 2010), a partir da participação de uma das fundadoras no *Wikileaks*, o que lhe deu visibilidade no país e o impulso que faltava para o lançamento da organização.

Quando a gente lançou a *Agência Pública*, a gente aproveitou esse momento, que era um momento de mostrar o poder transformador do jornalismo e o impacto disso. E lançamos a *Agência Pública*, que é aquela ideia, que é uma agência, como se fosse uma agência *Reuters*, mas só de reportagens, de reportagens investigativas. A gente já tinha, também, muito clara a ideia de que seria uma *non profit*, sem fins lucrativos, um modelo que não existia no Brasil. (COFUNDADORA E CODIRETORA DA AGÊNCIA PÚBLICA, 2019).

O modelo de um jornalismo investigativo e sem fins lucrativos também tem origem nos Estados Unidos, de acordo com a entrevistada da *Agência Pública*. Ele nasceu em 1977, no *Center for Investigative Reporting*, na Califórnia, como o conceito de um jornalismo, investigativo enquanto um serviço público, “que investiga doa a quem doer”. A cofundadora e codiretora da *Agência Pública* explica que se trata de um modelo consolidado entre os norte-americanos, que “conseguiram convencer a sociedade de que o jornalismo investigativo ele não é uma arma política, digamos, ele é um trabalho técnico, importante para a sociedade”.

A *Agência Pública* afirma que suas reportagens são feitas com base em uma rigorosa apuração e que tem como princípio a defesa intransigente dos direitos humanos, pautadas pelo interesse público. Tem como valores a a) independência editorial, b) a promoção dos direitos humanos e do direito à informação e qualificação do debate democrático, c) o jornalismo investigativo e inovador, com apuração isenta e criteriosa, baseada em fontes primárias, d) a construção da igualdade de gênero, e e) o ambiente cooperativo, com estímulo à formação de jornalistas éticas e competentes (AGÊNCIA PÚBLICA, 2020a).

Para a cofundadora e codiretora da *Agência Pública* (2019), há um grupo de “veteranos”, ou uma “primeira geração de sites independentes que nasceram na América Latina, entre 10 e 15 anos atrás”, fazendo referência a um período em torno dos anos 2010. A entrevistada relembra que, quando a *Agência Pública* foi lançada, já existiam meios como *IDL-Reporteros*, *CIPER* e *La Silla Vacía*, entre outros, em toda a região, com os quais a organização brasileira se aliou e aprendeu: “muitas dessas pessoas viraram nossas guias, nossas mestras, no caminho que a gente trilhou”. Essa mesma relação é mencionada pelo editor geral de *La Silla Vacía* em entrevista. Essas declarações reforçam, entre outros, a importância da rede na constituição e desenvolvimento do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

Uma nova geração de organizações de jornalismo independente nasce na sequência, especialmente a partir de 2014, ou uma segunda geração. Para a cofundadora e codiretora da *Agência Pública* (2019), essa nova geração “dá um passo além”, inovando e com uma linguagem mais acessível. De fato, observam-se formatos mais arrojados e plurais, mas uma *forma* (WILLIAMS, 1979) que se mantem: a busca pela autonomia editorial e uma predisposição a temáticas de cunho mais social. Destaca-se, para além dos entrevistados para essa tese – *Sudestada*, Uruguai, *Nómada*, Guatemala, *Contra Corriente*, Honduras – outras três organizações: *Ojo Público*, no Peru, *El Surtidor*, no Paraguai, e *The Intercept Brasil*, no Brasil.

Ojo Público, sediado no Peru, nasceu em 2014 com a proposta de um jornalismo de investigação com novas narrativas: histórias relevantes, notícias verdadeiras, textos bem escritos e ferramentas inovadoras sobre temas urgentes na agenda pública nacional (SEMBRAMEDIA, 2020e). Em sua auto apresentação, que já não está mais disponível em seu site, e sim no diretório de *SembraMedia*, *Ojo Público* afirma que a equipe assume o desafio de ser “incómodos con el poder, vigilantes de la democracia, poner nuestra mirada al servicio del interés ciudadano en vez de promover intereses ajenos⁹⁹”. Deixam claro, ainda, que o que os motiva é investigar e publicar sobre temas que gostariam de ler, mas não encontram nos veículos tradicionais.

Já no Paraguai, tem-se o *El Surtidor*, que tem ganhado visibilidade entre os independentes nos territórios latino-americanos. SembraMedia (2020f) o define como o da informação visual precisa, interessante, relevante e com humor gráfico. *El Surtidor* se apresenta como um veículo de jornalismo independente, que vigia o poder, em um jornalismo que visa o serviço público. “Nos asumimos, como todas las personas, con sesgos, convicciones y contradicciones. No pretendemos ser neutrales ni objetivos, sino transparentes y honestos”¹⁰⁰ (EL SURTIDOR, 2020). Afirmam um compromisso com o rigor da reportagem e com a potência da ilustração e dos sons, o que se identifica em seu conteúdo, com técnicas inovadoras de ilustração e narração. Trata-se de um projeto jovem, quando visto na linha do tempo do fenômeno, mas que já recebeu reconhecimento em prêmios latino-americanos e internacionais.

No Brasil, também em 2016, enquanto um projeto representante dessa segunda geração de jornalismo independente nos territórios latino-americanos, destaca-se o trabalho desenvolvido por *The Intercept Brasil*. A organização nasce no país vinculada a outra, de

⁹⁹ “[...] incômodos com o poder, vigilantes da democracia, ter uma abordagem a serviço do interesse cidadão em vez de promover interesses alheios” (SEMBRAMEDIA, 2019, tradução nossa).

¹⁰⁰ “Nos assumimos, como todas as pessoas, com vieses, convicções e contradições. Não pretendemos ser neutros ou objetivos, mas transparentes e honesto” (EL SURTIDOR, 2020, tradução nossa).

mesmo nome, norte-americana, e carrega consigo o prestígio de seu cofundador, Glenn Greenwald. Greenwald é reconhecido, principalmente, por ter sido o primeiro contato de Edward Snowden, que revelou uma série de atos de espionagens feita pelos Estados Unidos, dentro e fora do país, no início da segunda década do século XXI.

The Intercept Brasil, em sua página, diz se dedicar à “responsabilização dos poderosos, por meio de um jornalismo destemido e combativo”, com investigações aprofundadas e análises “implacáveis” (THE INTERCEPT BRASIL, 2020). O projeto chega ao Brasil na esteira da crise política do país, em 2016, que culminou no golpe que destituiu a presidenta Dilma Rousseff, com o intuito de preencher uma lacuna deixada pelos veículos tradicionais, que “mascaram os principais desafios sociais e econômicos” (GREENWALD, 2016).

Nómada, assim como tantos outros, nasce em 2014, na Guatemala, do desejo de seu fundador de ter seu próprio veículo, o que foi facilitado pela internet. Em uma publicação de 2017¹⁰¹, cita como seus exemplos de jornalismo independente na América Latina *El Faro*, *CIPER*, *La Silla Vacía*, *Confidencial* e a *Agência Pública*. Em seu “Quiénes somos”, expõem seu compromisso com um jornalismo rigoroso e atrativo, independente, otimista, investigativo, estético, feminista, de vanguarda e nômade. “[...] activamos por la igualdad de derechos entre mujeres y hombres. Inspirados en muchos otros periodistas y medios, queremos hacerlo mejor y que nuestra sociedad tenga más herramientas para ser plena y feliz”¹⁰². Afirmam, também, buscar a verdade, com transparência e justiça (NÓMADA, 2020a). O *Knight Center for Journalism in the Americas*, em 2017, definiu *Nómada* como a inovação do jornalismo na Guatemala, com uma estética atrevida, uma cobertura progressista e um modelo de negócios criativo. A organização, como explicitado na Introdução desta tese, encerrou suas atividades em 15 de outubro de 2020.

Em 2015, investigações jornalísticas de diferentes veículos guatemaltecos, tanto tradicionais quanto independentes, expuseram a vinculação do então presidente da Guatemala, Otto Pérez Molina, a uma rede de corrupção. Entre esses veículos estava *Nómada*. Esses processos geraram uma onda de protestos no país por meses, que ficaram conhecidos como a “primavera guatemalteca”, e culminou na renúncia e detenção de Molina, por meio do trabalho realizado pelo Ministério Público e pela *Comisión Internacional contra la Impunidad en*

¹⁰¹ <https://nomada.gt/editorial/como-se-financia-nomada-soros-fiestas-agencias-y-mucho-mas/> (acesso em outubro de 2019)

¹⁰² “[...] buscamos a igualdad de derechos entre mujeres e homens. Inspirados em muitos outros jornalistas e meios, queremos fazer melhor e que nossa sociedade tenha as ferramentas para ser plena e feliz” (NÓMADA, 2020, tradução nossa).

Guatemala (CICIG). Esse movimento, de acordo com o *Knight Center* (2017), renovou o interesse da população pelo jornalismo de investigação.

Já no Uruguai, em 2014, tem início *Sudestada*, um site dedicado à investigação jornalística, em jornalismo de dados, em coberturas de contexto, com um compromisso com a informação de qualidade e a transparência. “Recupera la mejor tradición del periodismo de calidad: independiente, profesional, responsable, con capacidad de interpelar a la sociedad y generar nuevas discusiones” (SUDESTADA, 2020a). De acordo com seu cofundador e diretor (2020), *Sudestada* foca no jornalismo investigativo a partir do entendimento de que o mesmo constitui um aporte para a democracia. É um jornalismo que, como está em seu site, “se dedica a develar aspectos deliberadamente ocultos de la realidad, que alguien en algún lugar no quiere que se conozcan, [...] y que tienen un gran interés público”¹⁰³.

Tem-se ainda, nessa onda, *Contra Corriente*, em Honduras, a partir de 2015, também com a aposta em um jornalismo de investigação, e com um formato transmídia, tendo como pilares fundamentais a inovação e as novas narrativas. “Queremos ser un medio que escriba la historia de Honduras de una manera justa para la población y que incomode a quienes usan el poder para saquear al Estado y vender el país en detrimento de la dignidad de la gente”¹⁰⁴ (CONTRA CORRIENTE, 2020a). A cofundadora de *Contra Corriente* (2019), em entrevista para essa pesquisa, explica que a organização pratica um jornalismo que visa romper com um padrão dos veículos tradicionais, e querem contar Honduras, como ela é, enquanto um contexto particular, e que identificam que isso faltava no país.

O projeto teve início nos marcos das *marchas de las antorchas*, uma onda de manifestações em Honduras que pedia pela renúncia do presidente Juan Orlando Hernández, em 2015, depois de um escândalo de corrupção envolvendo um desvio de dinheiro do *Instituto Hondureño de Seguridad Social* (IHSS), por funcionários vinculados ao partido Nacional, para a campanha eleitoral de Juan Orlando Hernández.

Ainda que se observe nessa segunda geração uma *forma* que se mantém, também é possível identificar, mesmo que seja a partir de suas auto apresentações, o tom de um jornalismo mais alternativo, que afirma ter causas com as quais se identifica, e que usa termos como “combativo”, por exemplo. É preciso reconhecer, no entanto, que esse discurso oferece uma maior transparência às audiências. Outro aspecto que merece atenção, e que diz muito sobre

¹⁰³ “Se dedica a revelar aspectos deliberadamente ocultos da realidade, que alguém em algum lugar não quer que se conheça, [...] e que são de interesse público” (SUDESTADA, 2020, tradução nossa).

¹⁰⁴ “Queremos ser um meio que escreve a história de Honduras de uma maneira justa para a população e que incomode a quem usa o poder para saquear o Estado e vender o país em detrimento da dignidade das pessoas” (CONTRA CORRIENTE, 2020, tradução nossa).

como se inserem todas essas organizações nos territórios latino-americanos, são seus nomes. De maneira quase unânime, a partir de seus nomes, já é possível identificar o lugar que ocupam enquanto uma organização de jornalismo, normalmente de investigação, qual seja, o de vigias da democracia e do interesse público. Tem-se, assim, uma distinção dessas organizações, o que também se identifica pela opção que fazem ao adotarem a categoria de jornalismo independente.

4.2.2 O ethos discursivo do jornalismo independente

Como se viu, o rótulo de *jornalismo independente* é algo cunhado a partir de seus próprios produtores, e acaba por ser um termo que, mais do que explicitar se há independência, cumpre um papel distintivo, como uma forma de se distinguirem de um *formato* jornalístico em vigor. Constitui, assim, um *ethos* discursivo que, conforme Charaudeau (2006), justifica uma certa competência para informar e seu papel social. Um termo que, portanto, nasce no *privado* dessas experiências e se torna *público e universal* (JOHNSON, 2010), ao ser adotado também por outros jornalistas e pela audiência.

Enquanto categoria discursiva, o jornalismo independente vai se consolidando nos territórios latino-americanos, mobilizando suas particularidades e identificando suas demandas em um espaço-tempo-vivido. Harlow e Salaverría (2016), ao estudarem experiências de jornalismo independente na América Latina, observam que há um movimento de crítica e renovação e que, portanto, identificar a maneira como essas organizações explicam o que entendem como sendo esse jornalismo é importante no tocante à compreensão de sua alternatividade, uma vez que isso diz respeito, como se verá na sequência, sobre como veem o jornalismo tradicional e a necessidade de renovação da maneira como o jornalismo é produzido. Já Tavares (2019) destaca que esse discurso acerca do jornalismo independente vai por dois caminhos: o da atualização tecnológica e em termos políticos e sociais, no que diz respeito a uma prática mais inclusiva, mais diversificada e mais representativa.

Nesse sentido, enquanto uma categoria auto distintiva, identifica-se na percepção dos sujeitos entrevistados uma compreensão do que é fazer jornalismo independente na América Latina e em que medida isso os distingue de um modelo tradicional. Para a jornalista de *La Silla Vacía* (2019) um jornalismo independente é um jornalismo crítico aos poderes. Mas para que seja possível praticar um jornalismo crítico, investigativo e de interesse público, é unânime entre os entrevistados a necessidade da independência desse poder. E a independência do poder, dentro dessa concepção dos sujeitos, se dá na não existência de vínculos com grupos

corporativos, nem econômicos, tampouco políticos, como esclarece o subeditor editorial de *Nómada* (2020).

Nos basamos en la independencia financiera, económica y editorial en donde no haya restricciones para investigar al poder y a quienes se benefician de manera corrupta de él. Para ello se creó un modelo de financiamiento que descarte cualquier condicionamiento y que nos permita hacer el periodismo que hacemos.¹⁰⁵

Ocorre que se observa que há projetos com diferenças expressivas entre si. Há, por exemplo, organizações que são nativas digitais, mas não se enquadram nos critérios já apresentados, como a brasileira *Metrópoles*¹⁰⁶, que nasce com um conteúdo digital, mas integra um grupo corporativo, e tem um financiador principal, ex-senador no Brasil, além de publicidade. Ou como o *Terça Livre*¹⁰⁷, também nativo digital, que se apresenta como independente e apartidário, mas que tem seu fundador indiciado por *fake news*. Ou ainda, *Brasil Sem Medo*¹⁰⁸, que igualmente se apresenta como independente, e que para isso necessita do apoio da audiência, nos mesmos moldes de outros independente já mencionados nesta tese. *Brasil Sem Medo*, no entanto, tem como fundador Olavo de Carvalho, considerado guru ideológico do governo do presidente Jair Bolsonaro (sem partido), no Brasil.

Becker e Waltz (2017), ao estudarem 30 experiências de jornalismo nativo digital no Brasil, denominados pelos autores de *start-ups*, identificaram que há a prevalência de um discurso que afirma a independência editorial. Os autores exemplificam isso com críticas feitas por esses sites sobre o governo do Partido dos Trabalhadores, no Brasil, e suas aproximações com um campo político mais conservador. Destacam, contudo, que a maioria das experiências analisadas em sua pesquisa “have produced factual and opinion-based journalism, politically aligned with the PT government”¹⁰⁹ (BECKER; WALTZ, 2017, p. 124). No entanto, os autores também identificaram em sua pesquisa sites que vão de encontro a esse posicionamento, como já mencionado acima. Becker e Waltz (2017) citam o exemplo do site O Antagonista¹¹⁰ que, de acordo com os autores, integra um conjunto de organizações fundadas por jornalistas com pontos de vista antigovernamentais e com posicionamentos radicais e agressivos, mesmo para

¹⁰⁵ “Contamos com independência financeira, econômica e editorial, onde não há restrições ao poder de investigação e àqueles que se beneficiam de forma corrupta. Para isso, foi criado um modelo de financiamiento que exclui qualquer condicionamento e nos permite fazer o jornalismo que fazemos” (SUBEDITOR EDITORIAL DE NÓMADA, 2020, tradução nossa).

¹⁰⁶ <https://www.metropoles.com/>

¹⁰⁷ <https://tercalivre.com.br/>

¹⁰⁸ <https://brasilsemmedo.com/>

¹⁰⁹ “produziram jornalismo factual e baseado em opinião, politicamente alinhado com o governo do PT” (BECKER; WALTZ, 2017, p. 124, tradução nossa).

¹¹⁰ <https://www.oantagonista.com/>

a mídia tradicional. Com isso, perdem suas ocupações nos grandes veículos e encontram no ambiente digital um meio de expressão. Sobre o Antagonista, os autores escrevem: “these journalists prioritize opinionated manifestations against what they call “protagonists of politics, the economy and culture,” as the website’s name itself suggests”¹¹¹ (BECKER; WALTZ, 2017, p. 125).

A diretora executiva de *Chequeado* (2019) compreende que mesmo dentro das experiências de jornalismo que são nativas digitais e que não possuem nenhum tipo de vínculo com os poderes já mencionados, é possível identificar alguns que “no necesariamente son tan independientes”¹¹². Alguns pelo modelo de financiamento adotado, como será abordado no Capítulo 5, outros “porque a veces son partidarios, o militan alguna causa”¹¹³. *Mídia Ninja*¹¹⁴, no Brasil, é um caso ilustrativo, ou mesmo os sites citados no parágrafo anterior, ou o *Diário do Centro do Mundo*¹¹⁵.

Um exemplo, nesse sentido, é dado pela cofundadora e editora editorial de *GK.city* (2020). Ela relembra a greve geral de 2019, no Equador, na qual protestos afloraram pelo país contra a política econômica do governo de Lenín Moreno, liderados pelo movimento indígena. Conforme a entrevistada, havia de um lado os indígenas e de outro o governo; e havia organizações de jornalismo tradicional tentando colocar a população do lado do governo, e contra os indígenas, e de outro lado, os “medios activistas, sesgados”¹¹⁶. Para a entrevistada, naquele momento, o termômetro de independência se dava pelas “quejas de gente que apoya el gobierno y de gente que apoya los indígenas”¹¹⁷ em relação ao jornalismo de *GK.city*.

Uma das características do jornalismo independente é o fato de serem de nicho (FIGARO, 2018, GARCÍA, 2015, ROBINSON, GRENNAN, SCHIFFRIN, 2015). E isso pode causar uma primeira impressão de que se trata de uma organização que milita em determinada causa, como por exemplo, a ambiental ou de gênero. A ex-diretora do programa de jornalismo independente da *Open Society* (2019), em entrevista a esta pesquisa, diferencia o jornalismo

¹¹¹ “esses jornalistas priorizam manifestações opinativas contra o que eles chamam de “protagonistas da política, da economia e da cultura”, como o próprio nome do site sugere” (BECKER; WALTZ, 2017, p. 125, tradução nossa).

¹¹² “Não necessariamente são tão independentes” (DIRETORA EXECUTIVA DE CHEQUEADO, 2019, tradução nossa).

¹¹³ “Porque as vezes são partidários ou militam por alguma causa” (DIRETORA EXECUTIVA DE CHEQUEADO, 2019, tradução nossa).

¹¹⁴ <https://midianinja.org/>

¹¹⁵ <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/>

¹¹⁶ “Meios ativistas, tendenciosos” (COFUNDADORA E EDITORA EDITORIAL DE GK.CITY, 2020, tradução nossa).

¹¹⁷ “Queixas de pessoas que apoiam o governo e de gente que apoia os indígenas” (COFUNDADORA E EDITORA EDITORIAL DE GK.CITY, 2020, tradução nossa).

especializado e o jornalismo militante, ainda que também afirme haver uma linha muito tênue e cada vez mais difícil de identificar entre eles. O jornalismo independente é aquele que, mesmo que tenha uma especialidade, trabalha com uma agenda aberta, sem buscar comprovações de concepções.

Básicamente, independiente quiere decir que es el periodismo que no está a servicio de una causa, que no está siguiendo militancia. Y también, en otro sentido, un periodismo que no tiene una agenda previa, yo diría así. Que es lo más importante. Es un periodismo que no va tratar de probar algo. Como, por ejemplo, *Greenpeace*. *Greenpeace* tiene un equipo periodístico, que hace historias periodísticas. Pero ellos tienen, ya, una agenda previa. Ellos ya saben lo que van a demostrar y donde ellos van es para demostrar violaciones al cambio climático, con que dañe el medio ambiente, etc. Tienen una agenda previa. Que no es lo mismo que una especialidad.¹¹⁸
(EX-DIRETORA DO PROGRAMA DE JORNALISMO INDEPENDENTE DA OPEN SOCIETY, 2019).

Existe uma linha tênue entre o ativismo e militância, e os princípios e valores defendidos pelo jornalismo independente, que são bastante claros, como mostram as temáticas de investigação, analisadas no Capítulo 6. A ex-diretora do programa de jornalismo independente da *Open Society* (2019), que fundou e dirigiu *Verdad Abierta*, na Colômbia, afirma que, nesta experiência colombiana, havia – e ainda há – uma especialidade, o conflito colombiano, mas que as investigações eram feitas a partir de uma agenda prévia. *GK.city*, afirma sua cofundadora e diretora editorial (2020), não é ativista, e faz uso da categoria de *jornalismo independente*, mas afirma que tem causas: a promoção dos direitos humanos, dos direitos universais. E explica que as investigações feitas vêm dessa compreensão, e não do ativismo. “Es poder denunciar todas esas injusticias, sin tomar partido, y siempre consultar al ‘otro lado’. [...] Es tomar esos temas como principales, no como secundarios”.¹¹⁹

Figaro (2018, p. 57), identifica essas “causas”, como parte das características desse jornalismo, ao afirmar que a produção que caracteriza esse jornalismo, está em conexão com os interesses dos setores democráticos da sociedade,

cujas balizas são dadas pelas conquistas civilizatórias do último século, firmadas sobretudo nos direitos da pessoa humana, na democracia, no direito à informação e ao

¹¹⁸ “Basicamente, independente quer dizer que o jornalismo não está a serviço de uma causa, que não está militando. E também, em outro sentido, um jornalismo que não tem uma agenda prévia, eu diria assim. Que é o mais importante. É um jornalismo que não vai tratar de provar algo. Como, por exemplo, *Greenpeace*. *Greenpeace* tem uma equipe jornalística, que faz histórias jornalísticas. Mas eles têm, já, uma agenda prévia. Eles já sabem o que vão demonstrar e onde eles vão é para demonstrar violações à mudança climática, que prejudique o meio ambiente, etc. Tem uma agenda prévia. Que não é o mesmo que uma especialidade” (EX-DIRETORA DO PROGRAMA DE JORNALISMO INDEPENDENTE DA OPEN SOCIETY, 2019, tradução nossa).

¹¹⁹ “É poder denunciar todas essas injustiças, sem tomar partido e sempre consultar o ‘outro lado’. [...] É tomar esses temas como principal, não secundário” (COFUNDADORA E EDITORA EDITORIAL DE GK.CITY, 2020, tradução nossa).

direito à livre expressão. Valores que não podem ser desconectados dos direitos fundamentais à saúde, à educação, à moradia e ao trabalho remunerado de acordo com as necessidades das pessoas.

A distinção desse jornalismo independentes, assim, de acordo com os entrevistados, se dá pela proximidade com a audiência (DIRETORA DO PROGRAMA VELOCIDAD DE SEMBRAMEDIA, 2019), pela capacidade de ousar em formatos e abordagens (COFUNDADORA E CODIRETORA DA AGÊNCIA PÚBLICA, 2019), e que se guie pelos valores jornalísticos e pelo interesse público (DIRETOR GERAL E COFUNDADOR DA FUNDACIÓN GABO, 2020).

A compreensão do editor geral de *La Silla Vacía* (2019) vai ao encontro do que dizem os outros entrevistados, e reconhece a complexidade da tarefa de definir o jornalismo independente. “Es como de esas preguntas de primera sesión de un curso en una universidad, cuando te preguntan ‘¿qué es periodismo?’, y solo cinco años más tarde uno sabe”¹²⁰. O entrevistado afirma que há três vias para entender o que é o jornalismo independente, na sua opinião. A primeira delas tem a ver com a independência econômica, como já tratado no Capítulo 4. A segunda via, por sua vez, só é possível a partir da primeira, e diz respeito com a autonomia editorial para decidir sobre o que investiga, ou não, e como investiga. Em outras palavras, “no hay nadie detrás diciendo [...] si vas hablar de tal cosa tienes que decir que es buena, o que es mala, o lo que sea”¹²¹. Esse entendimento, como se pode observar, está relacionado à ideia de “agenda aberta”, proposto pela ex-diretora do programa de jornalismo independente da *Open Society* (2019).

A terceira via de compreensão apresentada pelo editor geral da *La Silla Vacía* (2019) precisa de mais atenção. “Creo que hay una capa un poquito más compleja, más difícil, si se quiere, más sutil, que es entender la independencia con esa misma autonomía en relación con uno mismo y con quien nos rodea”¹²². O entrevistado se refere à dificuldade de o próprio jornalista ser independente das suas concepções de vida e de mundo ao fazer uma investigação. Ou seja, mesmo que as outras “vias” sejam contempladas por uma organização, há sempre em jogo, ainda, as opiniões do jornalista, e sua rede de relações pessoais, que também podem interferir na investigação.

¹²⁰ “É como dessas perguntas de primeira aula de um curso, na universidade, quando te perguntam ‘o que é jornalismo?’, e só cinco anos mais tarde a gente descobre” (EDITOR GERAL DE LA SILLA VACÍA, 2019, tradução nossa).

¹²¹ “Não há ninguém atrás dizendo [...] se vais falar de tal coisa, tens que dizer que é boa, ou que é má, ou o que for” (EDITOR GERAL DE LA SILLA VACÍA, 2019, tradução nossa).

¹²² “Eu acho que existe uma camada um pouco mais complexa, mais difícil, se você preferir, mais sutil, que é entender a independência com a mesma autonomia em relação a si e aos que estão ao nosso redor” (EDITOR GERAL DE LA SILLA VACÍA, 2019, tradução nossa).

Não se trata aqui de buscar, necessariamente, o valor da objetividade e da imparcialidade, polêmicas quando se tratam de valores jornalísticos, mas sim de pensar sobre esse fazer, especialmente a produção de um ofício que se pretende independente. Trata-se de questionar e não adotar uma visão romantizada de um processo, de entender que ter uma suposta independência financeira, por não ter contrato publicitário com o estado ou com grandes empresas, não resulta, necessariamente, em uma autonomia editorial.

A cofundadora e diretora editorial de *GK.city* (2020) diz “no somos maquinas”¹²³; o diretor geral e cofundador da *Fundación Gabo* (2020) afirma que o jornalismo independente é feito por pessoas; e o editor geral de *La Silla Vacía* (2019) faz questão de lembrar que todos tem um coração e alguns (pré)conceitos, evidenciando um movimento entre o *privado* e o *público* dessas concepções, nos momentos de produção e produto (JOHNSON, 2010)

No creer que alguien sea, lo que sea, un corrupto, o un inteligente y ponerlos a prueba. Que implica, por ejemplo, hacer reportería hablando con el otro lado y tomarse en serio, no solo hacerlo con un *checklist*, de hablé con un lado, *check*, hablé con el otro, *check*. Sino de verdad, tratar de entender sus argumentos, sus posiciones. Pero eso es, es casi como hacer psicoterapia diaria. [...] No creo que sea, además, una cuestión como acabada, como que uno ya es independiente y en el otro día no. Sino son pruebas, casi cotidianas. Y de verdad, creo que eso en el final del día es lo más difícil: ser independiente de ti mismo o de la gente que de verdad tú quieres o amas.¹²⁴ (EDITOR GERAL DE LA SILLA VACÍA, 2019).

É interessante observar que, mesmo que haja uma coerência entre como os entrevistados definem o jornalismo independente, e mesmo essa sendo uma categoria auto distintiva, e portanto adotada por opção desses sujeitos, há os que alertam para se ter cautela na adoção dessa terminologia, como fizeram em entrevista a cofundadora e codiretora da *Agência Pública* (2019), a embaixadora de *SembraMedia* na Colômbia (2019), a ex-diretora do programa de jornalismo independente da *Open Society* (2019) e o diretor geral e cofundador da *Fundación Gabo* (2020).

Entre os entrevistados, não é incomum, também, uma ponderação acerca do jornalismo independente, em uma associação direta no que toca o valor normativo da independência jornalística. A ex-diretora do programa de jornalismo independente da *Open Society* (2019), ao

¹²³ “Não somos máquinas” (COFUNDADORA E EDITORA EDITORIAL DE GK.CITY, 2020, tradução nossa).

¹²⁴ “Não acreditar que alguém seja corrupto ou inteligente, e coloque-o à prova. O que implica, por exemplo, fazer reportagem conversando com o outro lado e se levando a sério, não apenas fazendo isso com uma *checklist*. Falei com um lado, *check*, falei com o outro, *check*. Mas, realmente, tentar entender seus argumentos, suas posições. Mas isto é, é quase como fazer psicoterapia diária. [...] acho que não é, além disso, uma questão finalizada, como se a gente já fosse independente e no outro dia não. São provas, quase cotidianas. E de verdade, eu acredito que isso, no final do dia, é o mais difícil: ser independente de ti mesmo ou das pessoas que tu ama de verdade” (EDITOR GERAL DE LA SILLA VACÍA, 2019, tradução nossa).

mencionar, como já discutido, que nem todo jornalismo novo e digital é independente, também ressalta que nem todo jornalismo tradicional não é independente. O mesmo é afirmado pela embaixadora de *SembraMedia* na Colômbia (2019). Ambas colombianas, elas citam como exemplo o jornalismo praticado por *El Espectador*¹²⁵ – segundo jornal impresso mais lido no país –, e mais especificamente *La Pulla*¹²⁶, uma videocoluna, nascida e produzida no âmbito da organização, mas que se constitui como um produto independente.

Já a cofundadora e codiretora da *Agência Pública* (2019) e o diretor geral e cofundador da *Fundación Gabo* (2020), ao explicarem que, para eles, jornalismo independente é aquele que se faz de maneira profissional, movido por valores jornalísticos, e sem vínculo com os grupos de poder, também chamam a atenção para o fato de que isso não significa que não haja jornalismo independente dentro de redações tradicionais, em uma referência, também, a independência enquanto valor normativo. Ou seja, mesmo sendo o jornalismo independente considerado uma categoria auto distintiva, e não um valor normativo, mesmo entre os sujeitos, isso não está claro.

Essas afirmações dos entrevistados na mesma medida em que vão auxiliando a delimitar o que é de fato o jornalismo independente na América Latina, também vão evidenciando ao menos dois aspectos. O primeiro deles é que nem todo jornalismo nativo digital e sem vínculos com os poderes instituídos nos territórios podem ser considerados independentes, como fazem parecer os mapeamentos de *SembraMedia* e da *Agência Pública*. E outro, é que a distinção que pretendem os sujeitos, ao adotarem a categoria de jornalismo independente, se dá na autonomia editorial, evidenciada na produção e no produto, condicionadas pelas condições de produção.

Diante do exposto, tem-se no jornalismo independente, até aqui, o compromisso com valores que remetem ao primeiro jornalismo (MARCONDES FILHO, 2000) e consequentemente aos princípios iluministas e liberais, como a busca da liberdade e com isso a autonomia editorial, para que o poder seja investigado. Há, nessa mesma linha, o compromisso com os direitos humanos e com a igualdade, bem como com o interesse público e o debate democrático. Essas constatações vão aproximando a *forma* do jornalismo independente com o

¹²⁵ El Espectador é propriedade de Valorem S.A., controlada pela família Santo Domingo. Integram o grupo, também, o Canal Caracol, a Revista Cromos e a Revista Shock. El Espectador é o jornal impresso mais antigo da Colômbia, e desde sua fundação é associado à defesa de ideias liberais. (MEDIA OWNERSHIP MONITOR COLOMBIA, 2020).

¹²⁶ La Pulla nasceu em 2016, a partir de cinco jornalistas de El Espectador e se constituiu como um produto editorial do jornal. São vídeos opinativos, críticos, mas que evidenciam um processo de investigação jornalística. É um formato inovador, com uma linguagem jovem, feito por jovens, com criticidade e seriedade, mas que ao mesmo tempo tem o humor e a sátira como recurso, sem perder os valores jornalísticos.

jornalismo tradicional, na medida em que acionam em seus discursos uma mesma *matriz*, a racional-iluminista e seus valores liberais.

Contudo, também se identifica, na mesma medida, um descontentamento com a *forma* do jornalismo tradicional, principalmente no tocante aos vínculos com os poderes econômicos e políticos e sua falta de crítica às imposições dos grupos hegemônicos nos territórios, o que resulta, em negligenciar determinadas pautas e/ou tratamento dos fatos, como relatam os jornalistas e afirma a bibliografia. E também se identifica uma valorização da colaboração, das temáticas de cunho social e das causas coletivas por parte do jornalismo independente, o que evidencia que essas experiências se nutrem, também, em uma *matriz cultural* popular.

Observa-se até aqui, na medida em que se vai pontuando o surgimento do jornalismo independente na América Latina e sua razão de ser, a relação dessas experiências com as condições propícias proporcionadas nos e pelos territórios latino-americanos, principalmente seu contexto democrático e os problemas sociais típicos desse espaço-tempo-vivido, que se tornam mote para a necessidade desse tipo de jornalismo na região. Como se verá nos capítulos seguintes, essa produção jornalística, em toda sua complexidade, também vai se moldando por outros aspectos territoriais, como a presença da tecnologia, o apoio de organizações financiadoras e mão de obra qualificada.

5 REDES DE APOIO E FINANCIAMENTO DO JORNALISMO INDEPENDENTE

As condições de produção incluem não apenas os meios materiais de produção e a organização capitalista do trabalho, mas um estoque de elementos culturais já existentes, extraídos do reservatório da cultura vivida ou dos campos já públicos do discurso. (JOHNSON, 2010, p. 56).

É a partir da concepção de Johnson (2010), ao tratar do circuito da cultura e da compreensão acerca da produção cultural pelos Estudos Culturais que este capítulo está estruturado, identificando as condições de produção do jornalismo independente, ao mesmo tempo que as relaciona permanentemente com as particularidades dos territórios latino-americanos, seus discursos e práticas. Como explicita Johnson (2010) na citação que abre esse capítulo, identificar as condições de produção não diz respeito apenas aos meios materiais, mas também às particularidades culturais que integram o processo e, conseqüentemente, os territórios.

Há, como se viu nos Capítulos 3 e 4, uma *forma* jornalística própria do dito jornalismo tradicional, moldada, entre outros, pelas condições de produção impostas às indústrias midiáticas, bem como por uma *matriz cultural* racional-iluminista. E assim como no jornalismo tradicional, em que as condições de produção implicam em um determinado *formato*, o mesmo ocorre com o jornalismo independente, com aspectos característicos que se constituem em elementos importantes na delimitação dessa reconfiguração da *forma*. Esses aspectos vão desde compreender o ambiente em que ele se desenvolve, como as particularidades territoriais, decorrentes de uma articulação entre espaço, tempo e relações sociais, já abordadas, passando pelos desafios de sua fundação e de financiamento.

Esse capítulo, portanto, busca identificar quais são essas condições de produção do jornalismo independente nos territórios latino-americanos, como mostra a Figura 10, por meio da pesquisa bibliográfica, documental e entrevistas semiestruturadas.

Figura 10 – Esquema metodológico do Capítulo 5



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Para Vázquez (2018), na América Latina, o ambiente propício para a emergência do fenômeno do jornalismo independente é impulsionado pelas condições sociais e políticas degradadas. Há ainda, de acordo com o autor, o componente da discussão ética e política sobre a função social do jornalismo e da transformação das sociedades em um modelo mais democrático. Acrescenta-se a isso, o potencial da internet e do contexto digital na reconfiguração da *forma* do jornalismo, não como algo determinista, e sim como um instrumento fundamental em sua reconfiguração e na manutenção de seus princípios.

5.1 Dos potenciais da internet à crise do jornalismo

A *forma* do jornalismo independente se constitui por diferentes elementos – ou movimentos – que passam, como se viu, pela tentativa da academia em nomeá-los e estudá-los, mas também, pelas *matrizes culturais* e em como os territórios o condicionam. A constituição da indústria midiática na América Latina perpassa conjunturas territoriais e uma diversidade de temporalidades.

O advento da globalização no final do século XX, em um processo de aprofundamento das relações transfronteiriças no âmbito da economia, principalmente, mas também no político, social e cultural, gerou transformações nas diversas dimensões da sociedade, de maneira a comprimir o espaço-tempo. Essas transformações também alcançaram a comunicação e o jornalismo – e também foram impulsionadas por eles. E esse processo se dá a partir da lógica capitalista de acumulação flexível (HARVEY, 2001).

É esse período atual, marcado pela globalização, que Santos (2014) define como meio técnico-científico-informacional, em que analisa as implicações da técnica no espaço-tempo, em uma divisão proposta pelo autor para a história do meio geográfico, sendo a primeira o meio natural e a segunda o meio técnico, antecessores do meio atual. Faz-se oportuno pontuar o que esse autor entende por técnica, sendo essa a principal forma de relação entre o espaço e o tempo, como pontuado no Capítulo 3. Para Santos (2014, p. 29) “as técnicas são um conjunto de meios instrumentais e sociais, com os quais o homem realiza sua vida, produz e, ao mesmo tempo, cria espaço”.

De acordo com Santos (2014), a principal diferença entre o meio técnico-científico-informacional com os outros é em relação a uma profunda inteiração entre a técnica e a ciência, o que resulta no surgimento e na consolidação de novos processos no espaço-tempo, tanto de produção, quanto de reprodução das relações sociais. O meio técnico-científico-informacional é o resultado da articulação da ciência, da tecnologia e da informação, impulsionado pela lógica globalizante do mercado. Santos (2014) destaca a importância da informação nesses processos, sendo um vetor fundamental do processo social, de maneira que os territórios são equipados para facilitar a circulação de informações. “Os espaços assim requalificados atendem sobretudo aos interesses dos atores hegemônicos da economia, da cultura e da política e são incorporados plenamente às novas correntes mundiais. O meio técnico-científico-informacional é a aparência geográfica da globalização” (SANTOS, 2014, p. 239).

Quando se pensa o meio técnico-científico-informacional, trata-se, diretamente dos avanços da técnica e da informática, das tecnologias da informação, propriamente ditas. Nesse sentido, Castells (1999, p. 354) destaca que “o surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre nossa cultura”. A partir dessa afirmação de Castells se faz oportuno pontuar que diante das possibilidades da tecnologia, e da existência de um paradigma do determinismo tecnológico, entende-se que a tecnologia, e nela a internet, não são autônomas, pelo contrário, seu uso se dá na interação com a sociedade. “As tecnologias não são meras ferramentas transparentes; elas se deixam usar de

qualquer modo: são em última análise a materialização da racionalidade de uma certa cultura e de um modelo global de organização do poder” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 259).

O período atual, a partir dos anos 1970, quando há a afirmação do meio técnico-científico-informacional, e o advento da globalização na sequência, também é marcado pela transição do fordismo para o pós-fordismo, ou regime de acumulação flexível, em uma transformação político-econômica do capitalismo. Se o fordismo consiste num regime de acumulação caracterizado pelo controle do Estado e pelas grandes corporações, bem como em uma produção organizada em larga escala para um consumo de massa, o pós-fordismo é impulsionado pela crise internacional do petróleo de 1973, e caracteriza-se pelo acirramento de uma racionalidade produtiva e por processos flexíveis de produção sempre com vistas à ampliação da lucratividade (HARVEY, 2001).

O pós-fordismo com seu regime de acumulação flexível confronta diretamente a rigidez do fordismo. Além dos processos flexíveis de produção, Harvey (2001) destaca a flexibilidade também na regulamentação, no gerenciamento e no consumo. Também caracteriza o pós-fordismo, o surgimento de novos setores de produção, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional e elevados níveis de competitividade, além de uma redução da influência do Estado nos processos, diferente do que se identifica no fordismo (HARVEY, 2001). Com a intensificação dos processos de trabalho há precarização do mesmo, com subcontratações, empregos temporários e atividades autônomas, potencializadas pelo enfraquecimento sindical e pela grande mão-de-obra excedente. “A atual tendência dos mercados de trabalho é reduzir o número de trabalhadores centrais e empregar cada vez mais uma força de trabalho que entra facilmente e é demitida sem custos quando as coisas ficam ruins” (HARVEY, 2001, p. 144). É nesse contexto em que se fortalecem as indústrias culturais midiáticas, e também é nesse contexto, com alterações cada vez mais aceleradas dos processos socioculturais e tecnológicos, que o jornalismo tradicional, principalmente, entra em crise.

O pós-fordismo nas Indústrias Culturais manifesta-se a partir da década de 1990, principalmente a partir dos eventos da Internet e novas tecnologias de comunicação e informação. Manifesta-se no jornalismo na flexibilidade dos processos de produção, na redução – e em alguns casos, na eliminação – da demarcação de funções jornalísticas, na convergência entre as mídias, no compartilhamento de conteúdos e no produto jornal – segmentado e flexível, com vistas a atingir públicos de distintos perfis e interesses. (FONSECA, 2005, p. 24).

Ao longo das décadas, e com o surgimento de outras mídias, era recorrente o receio de que o jornal impresso acabasse. Foi assim com o surgimento da rádio, que oferecia as notícias em uma velocidade maior que os impressos, que aproximou ao jornalismo uma população

pouco alfabetizada e que é de baixo custo para o consumidor. O mesmo ocorreu com a popularização da televisão que oferecia som e imagens em movimento.

Essas mídias, em seus tempos, chegaram a ser consideradas ameaças ao jornal impresso. Não simplesmente por alcançarem mais e outras pessoas, mas porque com isso, iam conquistando também parcelas consideráveis das verbas publicitárias. Ocorre que todas elas continuaram, e continuam, convivendo. Christofolleti (2011) afirma que o jornalismo sempre viveu sob a égide da crise. Ao resgatar a historicidade do jornalismo proposta por Marcondes Filho (2000), abordada no Capítulo 2, são as *crises* que levam ao segundo, terceiro e quarto jornalismo, de maneira que muitos dos princípios de sua *matriz* racional-iluminista vão sendo marginalizados em nome do capital.

O jornalismo, enquanto uma síntese do espírito moderno, como propõe o autor, que agrega a razão, a verdade e a transparência, que se impõe diante do obscurantismo em seu primeiro momento, que questiona as autoridades e é crítico, “se viu órfão quando balançaram os alicerces da modernidade”, no século XX, com a falência do discurso humanista, “e desorientado [...] começou a perder terreno diante da sedução irracional e mágica e da hegemonia das técnicas no fim do século” (MARCONDES FILHO, 2000). Nesse contexto, em que avança o neoliberalismo, o jornalismo tradicional vai ganhando força enquanto empresa jornalística em seus conglomerados midiáticos, mas vai perdendo força editorial e com suas audiências.

As notícias continuam a ser consumidas, inclusive cada vez mais, como afirmam Anderson, Bell e Shirky (2012), mas há uma crise no jornalismo que, para os autores, se concentra em seu modelo de negócios. Isso implica em uma crise também de legitimidade e de confiança (CHRISTOFOLLETI, 2011), denominada por Ramonet (2013, p. 86) de “crise habitual do jornalismo”, em que a perda de credibilidade é consequência do vínculo que os veículos de comunicação mantêm com o poder econômico e político. Esses vínculos, e suas consequências, parecem ser um dos principais motivos de que, cada vez mais, os valores e princípios liberais do primeiro jornalismo (MARCONDES FILHO, 2000), de uma *matriz* racional-iluminista, estejam no discurso editorial do jornalismo tradicional, e não necessariamente em sua prática.

Essa falta de confiança também é evidenciada pelos dados do Latinobarómetro¹²⁷ (2016). De acordo com o levantamento da organização, na América Latina, 26% dos consumidores de informação acreditam que a mídia é bastante dependente e 65% concorda que

¹²⁷ Organização sem fins lucrativos responsável pela pesquisa anual de mesmo nome, Latinobarómetro, com cerca de 20 mil entrevistas, em 18 países da América Latina.

os meios de comunicação são “influenciados por poderosos”. De acordo com os dados da instituição, esse índice se mantém, com pouca variação percentual, desde 2004.

Esse entendimento levantado pela pesquisa do Latinobarómetro guarda relação com uma dinâmica muitas vezes presente, mas mascarada, do setor editorial e do setor comercial dentro dos veículos de comunicação, como exemplifica o depoimento da diretora executiva de *Chequeado* (2019), em entrevista a essa pesquisa. Ela conta sua experiência em um jornal diário tradicional na Argentina.

[...] en eso momento regía la idea de que la redacción tenía que estar por un lado, y el comercial tenía que estar por otro, que esos dos, que en general estaban en pisos diferentes dentro de un mismo edificio, cuanto menos vinculo tuviesen, mejor. Yo digo que eso era como una fantasía que hubo durante muchos años. ¿Por qué? Porque no interactuaban hasta que el comercial bajaba hasta la redacción y decía ‘esto no se escribe’ o ‘esto no se publica’¹²⁸.

Outro aspecto a ser levado em consideração é o desemprego conjuntural e estrutural de jornalistas, decorrentes da diminuição temporária ou o fechamento permanente de postos de trabalho tradicionais. Isso decorre, entre outros, da eliminação de algumas funções nas redações, da diminuição do número de profissionais necessários para dar conta do processo produtivo (em decorrência da tecnologia e da multifuncionalidade do trabalhador), e também do enxugamento das equipes por dificuldades financeiras, inclusive com o fechamento de algumas publicações. Figaro (2018), que tem como principal abordagem em sua pesquisa o mercado laboral, afirma que além da reestruturação dos processos produtivos, impulsionada pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), a destruição dos postos de trabalho também coloca em risco o futuro do exercício do jornalismo.

O caso brasileiro é ilustrativo. Um projeto de investigação do *Volt Data Lab*¹²⁹, monitorou de 2012 a 2018 as demissões de jornalistas no país. Importante esclarecer que os dados são de demissões em que houve a efetiva extinção do emprego, e não aquelas em que as vagas foram preenchidas. O projeto se chama *A conta dos Passaralhos*, fazendo referência ao jargão jornalístico utilizado para se referir às demissões coletivas. De acordo com a investigação, 2.327 vagas de trabalho foram extintas de 2012 a 2018 e, conseqüentemente, esse foi o número de jornalistas desempregados. Nesse período, só na Editora Abril foram 385.

¹²⁸ “Nesse momento existia a ideia de que a redação deveria estar de um lado e o comercial de outro, que os dois, que normalmente estava em andares diferentes dentro do mesmo prédio, quanto menos vínculo tivessem, melhor. Eu digo que isso foi uma fantasia que houve durante muitos anos. Por que? Porque não interagem até que o comercial descende até a redação e dissesse ‘isso não se escreve’ ou ‘isso não se publica’” (DIRETORA EXECUTIVA DE CHEQUEADO, 2019, tradução nossa).

¹²⁹ O Volt Data Lab é uma agência de jornalismo independente dedicada a reportagens e investigações a partir de dados (<https://www.voltdata.info/porfolio>).

Mesmo que os dados do *Volt Data Lab* digam respeito exclusivamente ao caso brasileiro, eles são reflexo de uma conjuntura mundial. Ramonet (2013) cita que jornalistas tem perdido seus empregos nos Estados Unidos e na Europa, aliado a uma precarização da profissão. As demissões e precarização resultam na América Latina, como afirma Figaro (2018), aliadas às incertezas causadas pela concentração da mídia, bem como pela reestruturação produtiva impulsionada pela convergência, na crise do trabalho do jornalista. Tem-se, dessa maneira, uma redução nos postos de trabalho tradicionais no jornalismo.

A redução dos postos de trabalho nas redações tradicionais, é importante lembrar, não é algo novo. Nos anos 1980 e 1990, por exemplo, esse fenômeno, relacionado desde então, com a popularização das TICs e o processo de informatização, resultou em que muitos jornalistas abandonassem a profissão, e tantos outros buscassem trabalho como jornalistas, fora das redações tradicionais, o que, em termos estruturais e conjunturais, formou o segmento de assessoria de imprensa e também de agências de conteúdo. Essas crises seguem sempre atreladas ao capitalismo e, nesse caso, diretamente relacionado com a vigência de um modelo de acumulação flexível do pós-fordismo e a precarização das condições de trabalho (HARVEY, 2001). Isso, no jornalismo do pós-fordismo, como identificou Fonseca (2005) leva ainda a um acúmulo de funções.

Uma situação contemporânea é ilustrativa dessa precarização. Em 2020, com a pandemia da Covid-19, que gerou uma crise econômica, e também em meio a uma onda de desinformação, que só faz evidenciar a importância do trabalho jornalístico na sociedade, o *Knight Center for Journalism in the Americas* (2020)¹³⁰, denuncia que há demissões desses profissionais e uma parcela deles que trabalha com falta de equipamento de biossegurança. A notícia dá conta de demissões e/ou redução de salários e falta de equipamentos de proteção no Paraguai, Equador, Colômbia, Chile, México, Panamá e Peru. Além disso, de acordo com a *International Federation of Journalism* (IFJ), entre março e agosto de 2020, 171 jornalistas morreram por Covid-19 na América Latina, três vezes o número de profissionais mortos em 2019 por violência institucional e terrorismo. A IFJ¹³¹ relaciona esse número com o abandono da saúde, insegurança e precarização do trabalho.

A crise de legitimidade e de credibilidade, bem como as demissões e a precarização da profissão de jornalista, estão, de alguma maneira, relacionadas ao advento das TIC. As

¹³⁰ Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-21826-jornalistas-latino-americanos-enfrentam-demissoes-em-massa-e-falta-de-protecao-saude-p?fbclid=IwAR3z5sJO3kmNeAsaRk-ynf3GjPRiVJKHR0jGBK-aOG0W3yEeTaP5c5B2rqE>. Acesso em: 13 de maio de 2020.

¹³¹ <https://www.ifj.org/media-centre/news/detail/category/health-and-safety/article/171-periodistas-muertos-por-covid-en-america-latina-el-triple-de-las-victimas-registradas-por-viol.html>

transformações mais profundas no jornalismo constituído até então, ocorre na transição para os anos 2000. A popularização das TIC, como os computadores, a internet e os dispositivos móveis, implicaram em mudanças culturais e, conseqüentemente, nos hábitos de consumo da audiência e na legitimação dos veículos tradicionais. As TIC também impactaram no modo de produção do jornalismo. Ou seja, mudaram as condições de produção, ou pelo menos proporcionaram novas condições.

Com a mudança no modo de produção e consumo do jornalismo, especialmente aquele que se denomina nessa tese como tradicional, tem-se uma série de aspectos relacionados à crise do jornalismo na contemporaneidade. Os meios tradicionais ampliam seus canais de informação, que passam a incluir também o ambiente digital; a audiência passa a ser também produtora de conteúdo e a estabelecer um outro tipo de relacionamento com os veículos jornalísticos tradicionais; ampliam-se as fontes de informações e com atualizações em tempo real; multiplicam-se os canais de informação individualizada; e diluem-se as verbas publicitárias na medida em que se tem um aumento de espaços informativos. Mais: tem-se a inserção de empresas internacionais de forte capital, como *Youtube* e *Facebook*, que, ao conquistarem parte da audiência e colaborarem nessa pulverização do público, também ficam com uma parcela da verba publicitária. Uma pesquisa da *Digital Content Next*, citada por Bell e Owen (2017) identificou que entre 2015 e 2016, 90% do crescimento da receita publicitária foi para o Facebook e para o Google. A consequência desse quadro, é a chamada crise do jornalismo, frequentemente compreendida como crise no modelo de negócio, como um reflexo de verticalidades nos territórios.

Contudo, em entrevista a essa tese, a ex-diretora do programa de jornalismo independente da *Open Society* (2019), explica que, no seu entendimento, a crise do modelo de negócio, na verdade, se trata de uma crise de audiência.

[...] en América Latina, en muchos sentidos, la crisis del modelo de negocios es una disculpa, porque en verdad hace rato que [os medios] había se alejado de las audiencias. O sea, hacía muchos años que ya mucha gente empezaba a irse a otras partes, qué esos medios tradicionales no les estaban dando la información que necesitaban, cuando aún no se había roto el modelo de negocio. O sea, muchos medios tradicionales ponen la culpa en el modelo de negocios, pero en realidad, mucho antes, ya estaban muy desconectados con su gente¹³².

¹³² “Na América Latina, em muitos sentidos, a crise do modelo de negócios é uma desculpa, porque na verdade faz tempo que se afastaram das audiências. Ou seja, há muitos anos que as pessoas começaram a ir para outras partes, que os meios tradicionais não davam a informação que necessitavam, quando o modelo de negócios ainda não havia quebrado. Ou seja, muitos meios tradicionais colocaram a culpa no modelo de negócios, mas em realidade, muito antes, já estavam muitos desconectados da sua audiência” (EX-DIRETORA DO PROGRAMA DE JORNALISMO INDEPENDENTE DA OPEN SOCIETY, 2019, tradução nossa).

É necessário considerar que a falta de confiança depositada tem impactos negativos. Christofolleti (2019) pontua que a crise, evidentemente, é financeira, mas também é política, existencial e ética, de governança e gestão. Para o autor, se as métricas contábeis são preocupantes, ainda mais preocupantes devem ser a redução do interesse da audiência, o aumento da desconfiança e o distanciamento do público que passa a buscar outras alternativas – como pontuou a entrevistada da tese. Serrano (2013) é mais específico. Para o autor, a crise é de mediação, de credibilidade, de objetividade, de informação e de distribuição.

Ramonet (2013) corrobora com essa ideia e afirma que a perda de credibilidade, que consequentemente afasta a audiência, e afeta o desenvolvimento do negócio midiático, pelo menos desde a popularização da TV, nos anos 1980, na América Latina. Ou seja, à época já por um fator tecnológico: a televisão. A informação contínua e mais rápida na TV, de acordo com Ramonet (2013), tomou o lugar da informação oferecida pelos impressos, conduzindo a uma concorrência acirrada entre mídias, em que cada vez havia menos tempo para verificar as informações. Na década seguinte, no final dos anos 1990, com a expansão da internet, o cidadão passa a ter acesso à informação sem o intermédio dos veículos tradicionais, onde ele próprio pode ser testemunha e produtor de conteúdo informativo. “Quando um jornalista publica um texto on-line, ele pode ser contestado, completado ou debatido [...] por um enxame de internautas” (RAMONET, 2013, p. 86).

É preciso, contudo, uma dose de ceticismo e de equilíbrio. É fato que a ruptura imposta pelas TIC, especialmente na transição dos anos 2000, abalou de forma ainda mais evidente a zona de conforto em que se encontrava – ou que acreditava se encontrar – a mídia tradicional. Mas também é fato que a internet amplia o leque de possibilidades para a prática jornalística como nunca antes, especialmente pelo baixo custo e fácil operacionalização, quando comparada com outros dispositivos e suportes. Diante de uma indústria midiática concentrada em grandes grupos de comunicação, igualmente concentrada espacial e simbolicamente, a internet, para Ramonet (2013, p. 66), permite “voltar a sonhar com a democratização da comunicação”.

Dados do Latinobarómetro (2016) evidenciam o espaço que a internet vem ganhando como fonte de informação na América Latina. Os dados da pesquisa identificam que há “un retrocesso [*de audiência*] de los medios tradicionales como la radio y los diarios”¹³³ (LATINOBARÓMETRO, 2016, p. 44) no que diz respeito a fonte de informação política. Mesmo que se refira a um tipo específico de informação, ilustra a credibilidade dos meios tradicionais enquanto fonte de informação de uma maneira geral. No entanto, cresce a internet

¹³³ “Um retrocesso dos meios tradicionais como o rádio e os jornais diários (LATINOBARÓMETRO, 2016, p. 44, tradução nossa).

como principal fonte dessa informação política. “Es decir, Internet no solo revoluciona la manera como se informa la ciudadanía, sino que moderniza su comportamiento”¹³⁴.

Contudo, a cofundadora e codiretora da *Agência Pública* (2019), em entrevista a essa tese, destaca que é preciso ter cuidado quando se trata de afirmar sobre essa queda de credibilidade na mídia tradicional. Na visão dela, é possível que o jornalismo impresso acabe, mas não os veículos tradicionais. Ela atribui essa preocupação a um outro elemento, o fato de os jovens não lerem mais a imprensa tradicional, mas chama atenção para o fato de que são os veículos tradicionais que possuem maior capilaridade, que chegam a uma maior audiência.

A diretora executiva do *Chequeado* (2019) diz ser muito cuidadosa em relação às afirmações de que o jornalismo está em crise. Ela afirma que o que está em crise é um modelo de negócio tradicional, exclusivamente. “El periodismo no solo no está en crisis, sino que tiene oportunidades que nunca antes tuvo. O sea, estamos rompiendo con algunas de las lógicas que nos trajeron hasta acá y nos alejaron de nuestras audiencias”¹³⁵. E se há novas possibilidades para o jornalismo, é preciso também ressaltar que há a necessidade de novas formas de organização (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2012).

O que a diretora executiva do *Chequeado* (2019) diz é que jornalistas estão inovando na América Latina. E essa inovação não diz respeito ao uso de ferramentas tecnológicas e dispositivos eletrônicos somente. Inovar, aqui, é propor uma reconfiguração da *forma* jornalística; são decisões e ações que buscam alternativas de sustentabilidade econômica e são os condicionantes, em um espaço-tempo latino-americano, para o desenvolvimento e consolidação do jornalismo independente.

Inovação e empreendedorismo, como afirmam Pachi Filho, Barros e Moliani (2017), são termos que têm sido utilizados no campo da comunicação – mas não só – como uma possibilidade de alternativa de existência, ou, como dizem os autores, de sobrevivência. Em sua pesquisa, os autores identificaram que entre o universo de 73 experiências de jornalismo independente na grande São Paulo, são poucos os que se identificam como inovadores e/ou empreendedores, e que essa designação, normalmente é feita por pessoas ou publicações exógenas, a partir do entendimento de que inovar, por exemplo, seja criar algo novo.

É preciso cautela, no entanto, na adoção desses termos. Como alerta Figaro (2018), essas denominações carregam consigo um viés ideológico de um sistema capitalista e neoliberal, e

¹³⁴ “Ou seja, não só revoluciona como os cidadãos se informam, ela também moderniza seu comportamento” LATINOBARÓMETRO, 2016, p. 44, tradução nossa).

¹³⁵ “O jornalismo não só não está em crise, como está tendo oportunidades que nunca teve antes. Ou seja, estamos rompendo com algumas das lógicas que nos trouxeram até aqui e nos afastaram das nossas audiências” (DIRETORA EXECUTIVA DE CHEQUEADO, 2019, tradução nossa).

acrescenta-se, pós-fordista. Empreendedorismo e inovação guardam relação, portanto, a uma concepção que deposita no indivíduo a responsabilidade do sucesso financeiro. Trata-se de um discurso que pode ser lido como precarização laboral, da diminuição ou flexibilização dos direitos trabalhistas, sem contestação, uma vez que se tratariam, nessa concepção, de oportunidades a serem aproveitadas (FIGARO, 2018).

Se de um lado é preciso cautela, de outro é necessário relativizar, pois há uma ideia de fazer algo novo, ou de pelo menos encontrar uma *forma* – ao que tudo indica uma reconfiguração dessa *forma* – no que diz respeito à produção jornalística. Toro (2018, p. 135), referindo-se às organizações de jornalismo independente, afirma que

[...] la innovación es una cultura que debe ser asumida por los emprendedores periodísticos como un estilo de vida, una disposición a renovarse constantemente. Ideas transformadoras que promuevan la innovación como herramienta de desarrollo y sostenibilidad de las empresas periodísticas, a través de la identificación constante de nuevas herramientas, formatos informativos, metodologías y modelos de gestión; todo con el único objetivo de mantenerse vigente y competitivo.¹³⁶

A necessidade de inovar, aliada com outros fatores, parece impulsionar os jornalistas a criarem suas próprias organizações de jornalismo independente. A afirmação do subeditor editorial de *Nómada* (2019), sintetiza uma concepção compartilhada pelos demais entrevistados. Para ele, há uma necessidade urgente de um bom jornalismo, que se perdeu com o que ele chamou de “batalla contra la rapidez”¹³⁷ dos meios tradicionais, preocupados em informar primeiro e garantir o *clic* da audiência. O que o subeditor editorial de *Nómada* chamou de bom jornalismo, é explicitado por outros entrevistados como a necessidade de tratar determinados temas com profundidade e complexidade, tendo como compromisso o interesse público e não o interesse do público.

Foi o que expressou a fundadora e diretora de *La Silla Vacía* (2018, p. 19): “Tenía ganas de innovar y de hacer el periodismo que quería leer. [...] Sentía que hacía falta un medio que explicara como es el proceso de toma de decisiones públicas y qué es lo que hay detrás de las movidas del poder”¹³⁸. Motivação similar tiveram os fundadores de *Chequeado*, que de acordo com sua diretora executiva (2019), enquanto consumidores de conteúdo jornalístico,

¹³⁶ “A inovação é uma cultura que deve ser assumida pelos jornalistas empreendedores como um estilo de vida, uma disposição a se renovar constantemente. Ideias transformadoras que promovem a inovação como ferramenta de desenvolvimento e sustentabilidade das empresas jornalísticas, por meio da identificação constante de novas ferramentas, formatos informativos, metodologias e modelos de gestão; tudo com o único objetivo de se manter vigente e competitivo” (TORO, 2018, p. 135, tradução nossa).

¹³⁷ “Batalha pela rapidez” (SUBEDITOR EDITORIAL DE NÓMADA, 2019, tradução nossa).

¹³⁸ “Tinha vontade de inovar e de fazer o jornalismo que eu gostaria de ler. [...] Sentia fazia falta um meio que explicasse como é o processo de tomada de decisões públicas e o que há por trás das movidas do poder” (fundadora e diretora de *La Silla Vacía*, 2018, p. 19, tradução nossa).

identificaram que na Argentina o debate se centrava em quem dizia o que, e não no que diziam essas pessoas.

E o que antes era um dificultador, ou até mesmo um empecilho, ou seja, o alto custo para se ter um veículo próprio de comunicação, isso muda com o advento da internet e o barateamento desse custo, como pontuam o editor geral de *La Silla Vacía* (2019) e a diretora executiva de *Chequeado* (2019). “Hoy, un joven con una buena idea, que empiece a ser relativamente exitoso en las redes sociales, puede animar-se a arrancar su emprendimiento”¹³⁹ (DIRETORA EXECUTIVA DE CHEQUEADO, 2019).

Aqui é necessária uma ponderação em relação aos territórios latino-americanos, apesar de um certo ufanismo em relação aos potenciais da internet enquanto um instrumento facilitador. Como visto no Capítulo 3, a América Latina é marcada pela desigualdade social. E essa desigualdade também é observada no que diz respeito ao acesso à internet. O primeiro registro estatístico de acesso à internet por usuário, pela CEPAL, na região, é de 2010, quando apenas 34,7% dos indivíduos tinham acesso à rede mundial de computadores. O dado mais recente da organização é de 2017, com um registro de 62,1% de usuários. O *Internet World Stats*¹⁴⁰ oferece um dado mais atual, de 2019, com uma porcentagem de 68,9% de latino-americanos. Em comparação, também em 2019, 87,2% dos europeus eram usuários da internet, e 94,6% da população da América do Norte.

É nesse contexto de crise de jornalismo tradicional e em territórios latino-americanos marcados pela desigualdade, inclusive digital, que jornalistas tem apostado nas possibilidades – e facilidades – oferecidas pela internet, e sua descentralização e interatividade, para inovar em sistemáticas de produção, em relacionamento com a audiência, em seus modelos de negócios e suas formas de financiamento.

5.2 O desafio do jornalismo independente: redes de apoio e financiamento

Como já se mencionou na Introdução desta tese, iniciativas de jornalismo independente tem proliferado na América Latina, especialmente nos últimos dez anos. São profissionais, como se viu, motivados a praticar um jornalismo que ofereça um conteúdo diferenciado daquele

¹³⁹ “Hoje, um jovem com uma boa ideia, e que comece a ser relativamente exitoso nas redes sociais, pode se animar a começar seu empreendimento” (DIRETORA EXECUTIVA DE CHEQUEADO, 2019, tradução nossa).

¹⁴⁰ Site internacional que apresenta os Usuários Internacionais da Internet, Estatísticas da População, Estatísticas das Mídias Sociais e Dados de Pesquisa de Mercado da Internet, para mais de 243 países e regiões do mundo. (<https://www.internetworldstats.com/stats.htm>).

dos veículos tradicionais, e que também encontram aí uma possibilidade de, de alguma maneira, se reinventar na profissão, buscando formas de superar a crise do modelo tradicional.

A crise nos veículos de comunicação, tratada na seção anterior, como afirma Meyer (2007), gera uma crise para a sociedade. Segundo o autor, para a democracia funcionar é preciso que os cidadãos tenham informação. E sugere que, para sair dessa crise do jornalismo, é necessário que ele se reinvente, ou seja, é preciso um novo tipo de jornalismo, com uma base financeira que o sustente diferente dessa utilizada pelo jornalismo tradicional. “Para o bem de nossa saúde social e política, devemos entender o suficiente sobre o jornalismo como negócio para tentar preservá-lo em novas plataformas” (MEYER, 2007, p. 16).

No entanto, esse conhecimento sobre o jornalismo como negócio, ou, em outras palavras, o conhecimento necessário de gestão e financiamento, dificilmente estão presentes na criação desses nativos digitais. Conforme a fundadora e editora da *La Silla Vacía* (2018), iniciar um projeto jornalístico sem pensar em seu modelo de negócio, desde o início, é um dos maiores erros. A própria *La Silla Vacía* começou preocupada exclusivamente em seu produto editorial.

Os cursos de jornalismo ensinam técnicas de entrevista e redação para as diferentes plataformas, e também para diferentes organizações. A sala de aula prepara o profissional de jornalismo para ser colaborador, e não para ser gestor, tampouco empreendedor. Uma pesquisa dirigida pela *SembraMedia* (2018), intitulada *Punto de Partida*, identificou que em 2017 apenas 2,82% das instituições de ensino – entre graduação e pós-graduação – oferecem disciplinas do que o relatório chama de “jornalismo empreendedor”.

A cofundadora e diretora editorial de *GK.city* (2020), em sua entrevista para a tese, destaca que em muitas organizações de jornalismo independente na América Latina, os fundadores são jornalistas e que não tem ideia em como dirigir um negócio. A diretora executiva de *Chequeado* (2019) sintetiza esse desafio, ao afirmar que há uma dificuldade entre os jornalistas no tocante ao *management* e ao financiamento dessas experiências. “La mayoría los que somos emprendedores somos periodistas. Nos gusta más hacer investigaciones y reporteo, que estar ocupándonos del modelo de negocios de la organización”¹⁴¹. Contudo, como destaca a diretora do programa *Velocidad* de *SembraMedia* (2019), é uma “fantasia” acreditar que fazer um bom jornalismo é o suficiente para sua sustentabilidade.

Evidentemente o *know-how* ou, ao menos, a preocupação com o modelo de negócio, no que diz respeito ao *como* a organização vai financiar seu trabalho, constitui um aspecto importante na criação e no desenvolvimento dessas experiências de jornalismo independente.

¹⁴¹ A maioria de nós, empreendedores, é jornalista. Gostamos mais de investigar e escrever reportagens, do que nos ocupar com o modelo de negócio da organização.

A ex-diretora do programa de jornalismo independente da *Open Society* (2019), que esteve à frente do projeto por quatro anos, identifica que se vive com a ideia de um modelo americano, de um “*business model*”, mas afirma que não necessariamente precisa ser assim, que há distintos modelos e possibilidades dessas organizações existirem e sobreviverem.

Diante da possibilidade de diversidade, de formatos e de financiamentos, e, principalmente, diante do novo e das dificuldades enfrentadas pelo jornalismo independente, bem como de suas fragilidades, identifica-se uma série de organizações que funcionam como uma rede de apoio aos nativos digitais, em diferentes países, dentro e fora da América Latina. Essas organizações oferecem editais de financiamento de pequenos projetos editoriais, como a investigação de determinada pauta, até cursos, encontros e outras informações relevantes. Muitas delas são focadas no jornalismo investigativo, que é um gênero recorrente entre as experiências de jornalismo independente.

São exemplos a *International Center for Journalists* (ICFJ)¹⁴², a *International Consortium of Investigative Journalists* (ICIJ)¹⁴³, a *Global Investigative Journalism Network* (GIJN)¹⁴⁴ e a *Global Forum for Media Development* (GFMD)¹⁴⁵, entre outras. Há ainda as nacionais, como a *Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo* (Abraji)¹⁴⁶, no Brasil, e a *Fundación para la Libertad de Prensa* (FLIP)¹⁴⁷, na Colômbia, para ficar em apenas dois exemplos.

Há também organizações com foco nas Américas, na Ibero-América e na América Latina. Com sede em Lima, no Perú, o *Instituto Prensa y Sociedad* (IPYS)¹⁴⁸, que, de acordo com as informações do seu site, promove um jornalismo livre, visando uma informação plural e de qualidade. Destaca-se o fato de a instituição afirmar que se identifica com o jornalismo independente e que busca melhorar as diretrizes do seu exercício. No entanto aqui cabe uma ressalva, pois podem estar se referindo a um jornalismo livre, e não necessariamente aos nativos digitais. Na região, a IPYS é conhecida por conceder o *Premio Latinoamericano de Periodismo de Investigación* e por promover a *Conferencia Latinoamericana de Periodismo de Investigación* (Colpin).

¹⁴² <https://www.icfj.org/>

¹⁴³ <https://www.icij.org/>

¹⁴⁴ <https://gijn.org/>

¹⁴⁵ <https://gfmd.info/>

¹⁴⁶ <https://www.abraji.org.br/>

¹⁴⁷ <https://flip.org.co/>

¹⁴⁸ <https://ipys.org/>

Já com foco no jornalismo praticado nas américas tem-se, desde o Texas, nos Estados Unidos, o *Knight Center for Journalism in the Americas*¹⁴⁹, da Universidade do Texas. O centro é dirigido pelo brasileiro Rosental Alves, e consiste em um programa de extensão e capacitação profissional para jornalistas da América Latina. Ele é conhecido, principalmente, pelos seus cursos online na modalidade aberta, os MOOC. Conforme informações no próprio site, o centro ajudou a criar “uma nova geração de organizações jornalísticas independentes”, ainda que não as mencione. O *Knight Center* também é realizador do *International Symposium on Online Journalism (ISOJ)*. Além das capacitações e eventos, o centro noticia frequentemente o trabalho do jornalismo independente na região, de maneira a promover e consolidar experiências em diferentes países e torna-las conhecidas e reconhecidas entre os pares. Em 2018, inclusive, executaram uma série de reportagens intitulada *Inovadores no jornalismo latino-americano*, apoiado financeiramente pela *Open Society*.

Outra organização que oferece uma rede de apoio ao jornalismo independente é a *SembraMedia*, já citada em outros momentos dessa tese, por suas pesquisas e mapeamentos acerca da temática. A *SembraMedia* tem duas particularidades que merecem destaque. A primeira delas é que não possui uma sede física, e é dirigida por suas fundadoras desde seus países de origem, Estados Unidos e Argentina. Outro aspecto é que seu enfoque está em projetos jornalísticos online e exclusivamente no idioma espanhol, situados não apenas na América Latina, mas também na Espanha e nos Estados Unidos.

É interessante observar o quanto, de fato, as relações se estabelecem em rede por meio do trabalho das organizações. As duas fundadoras de *SembraMedia*, por exemplo, se conheceram em 2014, por meio de um dos cursos massivos e online ofertados pelo *Knight Center*. A organização foi fundada em 2015 com o intuito de visibilizar e impulsionar meios nativos digitais em espanhol, com o enfoque na sua sustentabilidade. De acordo com informações em seu site, a organização é especializada em ajudar os meios independentes digitais a encontrar e desenvolver um modelo de negócio.

SembraMedia está presente em 19 países da América Latina, e também na Espanha e nos Estados Unidos, por meio dos seus embaixadores. Em entrevista a essa tese, a embaixadora da *SembraMedia* na Colômbia (2019), explica que a organização inicia com o mapeamento dos meios nativos digitais, dentro da sua delimitação, já citado na introdução dessa pesquisa. De acordo com a embaixadora, era necessário primeiro fazer um diagnóstico do que existia na

¹⁴⁹ <https://knightcenter.utexas.edu/>

região para saber o que e como impulsioná-los. Mas destaca que o diretório de meios está em constante atualização.

Para impulsionar, portanto, esses projetos, *SembraMedia* apoia por meio do seu diretório interativo; eventos, oficinas e conferências; informes e estudos de caso; e, principalmente, com cursos online, com a recomendação de ferramentas, consultorias e apoios financeiros. Na prática, há dois caminhos. Os embaixadores, explica a entrevistada (2019), ao identificar um meio no país em que estão inseridos, já identificam possíveis fragilidades e indicam o trabalho da organização, orientando sobre as possibilidades de cursos, por exemplo. Mas também é possível acessar o próprio site da *SembraMedia*, onde estão disponíveis todos os cursos ofertados, muitos deles gratuitos, em quatro grandes áreas: marketing, como ganhar dinheiro, administração e bem-estar laboral. O curso de valor mais alto custa US\$ 19,99. Em outra parte do site é possível acessar sobre recursos e ferramentas, em que é disponibilizado, por exemplo, convocatórias para diferentes bolsas e prêmios, assim como informações sobre organizações doadoras, como a *Ford Foundation* ou a *Fundación Nacional para la Democracia* (NED).

O trabalho de *SembraMedia*, assim, desempenha um papel importante no que toca à ausência de *know-how* em gestão, e tudo que isso engloba, tentando amenizar a necessidade apontada por Meyer (2007) em conhecer o jornalismo, também, como um negócio. Entre as diferentes organizações consultadas nessa pesquisa *SembraMedia* é a única com enfoque nas questões mais relacionadas à gestão. E nesse sentido, a organização desenvolve alguns projetos, como o *Metis*, um programa de mentoria de negócios jornalísticos para mulheres, e o *Velocidad*, uma aceleradora de meios, uma parceria da *SembraMedia*, com a *ICFJ* e o financiamento da *Luminate*¹⁵⁰.

De acordo com a diretora do programa *Velocidad* (2019), em entrevista para essa pesquisa, com o programa, “se busca la sustentabilidad, que los medios en América Latina tengan una vía de desarrollo para ser autosostenibles”¹⁵¹. *Velocidad* tem como intuito, também, atrair a atenção de organizações e investidores para o jornalismo independente praticado na região. Busca, portanto, o fortalecimento do jornalismo independente na América Latina e com isso contribuir para um ecossistema mais dinâmico e colaborativo na região, estabelecendo redes estratégicas. Para a diretora do *Velocidad*, com esse fortalecimento e crescimento, haverá uma maior pluralidade de vozes informativas na América Latina, “por

¹⁵⁰ <https://luminategroup.com/>

¹⁵¹ “Busca-se a sustentabilidade para que os meios na América Latina possam ter uma via de desenvolvimento e possam ser autossustentáveis” (diretora do programa *Velocidad*, 2019, tradução nossa).

fuera de los grandes medios o de las grandes empresas de medio”¹⁵². Como se pode observar, ainda que não necessariamente haja uma oposição ao jornalismo tradicional, o entendimento da necessidade da democratização da comunicação e de pluralidade de discursos jornalísticos, está presente não apenas entre os nativos digitais, mas também nas organizações que os apoiam.

Em 2019, ocorreram três fases de seleção para o *Velocidad*, sendo que para a primeira foram recebidas 350 propostas, em sua maioria, conforme a diretora do programa, do Brasil¹⁵³, Argentina, Colômbia e México. Em 2020, são dez os finalistas e que, ao longo do ano, recebem um valor para executar a sua proposta, acompanhados de uma consultoria em distintas áreas, para que cumpram com seu objetivo.

Entre as organizações que funcionam como essa rede de apoio, na maioria das vezes externas à realidade da América Latina, e distantes das particularidades dos territórios, identifica-se uma genuinamente latino-americana, ou seja, fundada desde a região, por indivíduos nascidos em seus territórios e com um alcance que abrange esses países. A *Fundación Gabo*, que até meados de 2019 tinha o nome de *Fundación para el Nuevo Periodismo Ibero-americano*, nasce em 1995, com sede em Cartagena das Índias, na Colômbia, idealizada pelo escritor e jornalista Gabriel García Márquez, o Gabo, Prêmio Nobel de Literatura¹⁵⁴, “para formar y conectar periodistas de toda la región” (FUNDACIÓN GABO, 2020, online).

A fundação se apresenta, em seu site, como instituição que tem como iniciativas oficinas, prêmios, bolsas e publicações. Afirma transmitir “[...] a las nuevas generaciones el sueño de Gabo de hacer el mejor periodismo del mundo: un periodismo independiente que busca investigar, descifrar y explicar la realidad de manera rigurosa, ética y creativa, para que la ciudadanía esté mejor informada”¹⁵⁵ (FUNDACIÓN GABO, 2020, online). Destaca-se o fato de aqui, mais uma vez, o termo *independente* estar presente, ainda que não seja possível afirmar que faça referência aos nativos digitais ou à independência jornalística.

No intuito de compreender o papel da *Fundación Gabo* na América Latina, bem como estabelecer a partir daí um cruzamento de informações que auxilie na compreensão do fenômeno do jornalismo independente nesses territórios, assim como sua origem, questionou-

¹⁵² “Por fora dos grandes meios e das grandes empresas de meios” (diretora do programa *Velocidad*, 2019, tradução nossa).

¹⁵³ Apesar do trabalho da *SembraMedia* ser focado nos países de língua espanhola, o Brasil também pode participar desses projetos.

¹⁵⁴ Gabriel García Márquez recebeu o Prêmio Nobel de Literatura em 1982, pelo conjunto de sua obra.

¹⁵⁵ “[...] às novas gerações o sonho de Gabo de fazer o melhor jornalismo do mundo: um jornalismo independente, que busca investigar, decifrar e explicar a realidade de maneira rigorosa, ética e criativa, para que os cidadãos estejam melhor informados” (FUNDACIÓN GABO, 2020, online, tradução nossa).

se o diretor geral da instituição, e também cofundador, juntamente com Gabo, o que significava o *Nuevo Periodismo Ibero-Americano* que estava presente no primeiro nome dado à instituição – e que permaneceu por quase 25 anos. O diretor geral e cofundador da *Fundación Gabo* (2020), afirma que Gabriel García Márquez sabia que, já em meados dos anos 1990 havia não só a ideia, como a necessidade de um novo jornalismo.

No la nombramos de *Fundación para el Nuevo Periodismo* por el movimiento de Estados Unidos del periodismo literario. No. El *New Journalism*. No, no fue por eso. El [Gabo] lo conocía, y el hizo primero periodismo literario, antes de que *New Journalism*. Realmente, yo creo que la idea era renovar el periodismo, con las nuevas herramientas, pero con los valores de siempre. Hay unos valores esenciales del oficio. Entonces, yo creo que él le daba muy bien el sentido de que son valores, de lo que llamamos ética periodística. Segundo, el insistía en lo que te decías ahorita, de que todo periodismo, el periodismo es ético. Y decía la ética y el periodismo son inseparables como el zumbido del moscardón. Y la ética es un tema que se ha actualizado, en realidad, porque la ética no está escrita allá arriba. Hay unos valores fundamentales, pero son valores que encuentran nuevas condiciones [...] Entonces, yo creo que él era muy consciente de que un nuevo periodismo no significa borrar todo. Sino también aprovechar los elementos fundamentales, o ciertos elementos fundamentales del oficio. E segundo es que el nombre, sí, había que renovar. ¿Y renovar hace adonde? Hace una práctica independiente, ética, de servicio público, investigativa, con buenas narrativas.¹⁵⁶ (DIRETOR GERAL E COFUNDADOR DA FUNDACIÓN GABO, 2020).

O *New Journalism* ao qual o entrevistado se refere, é um estilo jornalístico que surge nos Estados Unidos nos anos 1960, que mistura a narrativa jornalística com a literária, e o próprio nome sugere que essa fosse uma inspiração para García Márquez na criação de sua fundação, inclusive por sua trajetória de jornalista e romancista, muitas vezes misturando realidade e ficção em seus romances. Contudo o entrevistado nega essa associação. Esse trecho destacado da entrevista é elucidativo, também, para se pensar aspectos referentes às *formas culturais* e às *matrizes culturais*. O primeiro aspecto está relacionado com o que afirma o entrevistado em relação a não “apagar” o jornalismo existente, e sim aproveitar elementos essenciais, sendo esse “novo” uma espécie de síntese, ou uma *forma residual*, nos termos de Williams (1979). Já em relação às *matrizes culturais*, trata-se de uma compreensão presente

¹⁵⁶ “Não a nomeamos de *Fundación para el Nuevo Periodismo* por causa do movimento dos Estados Unidos, de jornalismo literário. Não. O *New Journalism*. Não, não foi por isso. Ele [Gabo] o conhecia, e fez jornalismo literário primeiro, antes do *New Journalism*. Realmente, eu acredito que a ideia era renovar o jornalismo, com as ferramentas, mas com os valores de sempre. Há uns valores essenciais ao ofício. Então, eu acredito que ele sentido muito bem ao que são esses valores, do que chamamos de ética jornalística. Segundo ele insistia no que eu te dizia agorinha, que o jornalismo é ético. E dizia que a ética e o jornalismo são inseparáveis, como o zumbido da mosca. E a ética é um tema se que se atualizou, na verdade, porque a ética não está escrita lá em cima. Há uns valores fundamentais, mas são valores que encontram novas condições. [...] Então, eu acredito que ele era muito consciente de que um novo jornalismo não significava apagar tudo. Mas, sim, aproveitar os elementos fundamentais, ou certos elementos fundamentais do ofício. E segundo é que o nome, sim, havia que renovar. E renovar desde onde? Desde uma prática independente, ética, de serviço público, investigativa, com boas narrativas” (DIRETOR GERAL E COFUNDADOR DA FUNDACIÓN GABO, 2020, tradução nossa).

também no esclarecimento do entrevistado da *Fundación Gabo*, à medida em que ele comenta sobre os valores essenciais do jornalismo, preservados ao longo dos tempos e em diferentes espaços, apenas reconfigurando sua *forma* a partir do uso de novas ferramentas.

Ao observar os objetivos da organização, as suas atividades e mesmo a entrevista concedida pelo diretor e cofundador, é possível identificar uma proximidade entre o que a *Fundación Gabo* estabelece como sendo um bom jornalismo, a partir dos ideais de García Márquez, e também do que pontuava o Relatório MacBride, de 1980, com o propósito de construir a chamada Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (Nomic). Destaca-se abaixo as principais propostas:

Um novo comunicador, formado para prestar serviços à coletividade, e não aos interesses privados. [...] Reconhecer que a função de informar dentro da sociedade não pode ser considerada só como mercado; a informação não é simples mercadoria, mas é uma função social que exige um marco social para seu exercício responsável. [...] Considerar que as políticas de comunicação formam parte integrante das estratégias de desenvolvimento. Isso exige aprofundar analiticamente as relações entre comunicação e desenvolvimento para gerar práticas e conceitos que permitam a participação informada da comunidade dentro de um esquema de desenvolvimento integral. Isso significa que os modelos informativos serão tão ariados quanto os modelos de desenvolvimento, e que cada sociedade deverá elaborar aqueles modelos que reflitam sua própria realidade e contexto histórico [...] (NEOTTI, 1986, p.37-38-39).

As propostas da Nomic vão ao encontro do que acredita e busca impulsionar a *Fundación Gabo*, ou seja, uma comunicação, ou um jornalismo, que não pode ser considerado uma mercadoria e, portanto, deve ser ético, de acordo com seus valores, que esteja alinhado ao interesse público e que respeite às particularidades culturais da sua audiência, as suas territorialidades. A comissão que redigiu o relatório foi composta por 15 integrantes, entre eles dois latino-americanos: o diplomata chileno Juan Somavía e o colombiano Gabriel García Márquez.

Assim vai se constituindo uma linha do tempo coerente. Tem-se, portanto, um movimento internacional, composto por representantes de diferentes países do mundo, entre eles Gabo, que anos mais tarde funda uma instituição que traz em seu nome, à época, o desejo de um novo jornalismo. Um novo jornalismo que, de acordo com o diretor e cofundador da *Fundación Gabo*, entrevistado para a tese, não significava deixar de lado o que existia até então e propor algo novo, mas sim uma reconfiguração da *forma* jornalística, que mantinha seus valores fundamentais, valores esses advindos, principalmente, de uma *matriz* racional-iluminista. Acrescenta-se ainda o fato de essa instituição, em 1997, ter realizado em São Paulo, a primeira oficina sobre jornalismo para internet na América Latina, dito em entrevista pelo seu

diretor geral e também descrita no relatório da fundação de 2014 (FNPI, 2014). O *maestro* responsável pela oficina foi Rosental Alves, diretor do *Knight Center for Journalism in the Americas*, e que também é membro do conselho reitor da *Fundación Gabo*. Com essas colocações não se objetiva afirmar que há uma relação causal entre os fatos, mas sim evidenciar que há conexões e alinhamentos que acabam por se expressar no espaço-tempo-vivido.

O trabalho da *Fundación Gabo* ocorre a partir de frentes específicas: os *talleres*, oficinas/minicursos gratuitos que ocorrem de forma presencial, normalmente, que possuem um intuito formativo e pedagógico, mas também de incentivo e intercâmbio entre jornalistas dos diferentes países da América Latina; o *Festival Gabo*, um evento anual, também gratuito, que ocorre anualmente em Medellín, na Colômbia, com uma série de bate-papos com jornalistas e outros especialistas latino-americanos e também de outras regiões do globo que debatem não só sobre jornalismo, mas também sobre mercado e os desafios impostos aos latino-americanos; o *Premio Gabo*, que celebra as melhores produções jornalísticas durante o festival; o *Centro Gabo*, que promove o legado de Gabriel García Márquez; o *Programa de Ética Periodística*, um espaço de reflexão sobre os desafios éticos da profissão; e *Apoyos para Periodistas*, que são bolsas outorgadas durante o ano para que jornalistas tenham recursos para executar seus projetos. Entre os objetivos da instituição estão o de viabilizar a impulsionar autores, práticas e modelos jornalísticos de referência; o de promover a renovação do jornalismo como serviço público e o de proporcionar um intercâmbio produtivo com diferentes setores (FUNDACIÓN GABO, 2020).

Destacam-se esses elementos apresentados pela própria *Fundación Gabo* em sua página na internet, pois oferecem pistas na compreensão do papel exercido por ela na constituição do jornalismo independente na América Latina. Para o diretor geral e cofundador da fundação (2020), eles tiveram a capacidade de atuar como o nó de uma grande rede, que identificou as experiências e que de alguma maneira as conectou, servindo como um centro de intercâmbios e contribuindo na formação e na inspiração, mostrando aos jornalistas que é possível experimentar e as maneiras como se pode fazer e como se faz em outros países. “[...] un intercambio de experiencias, de buenas prácticas, de formación y de conocimiento. Es decir: ‘en este momento, en América Latina, nos conocemos e intercambiamos’”¹⁵⁷.

Observa-se que a visibilidade com a qual determinadas experiências de jornalismo independente latino-americanas possuem, passa pela existência e pelas atividades do *Knight*

¹⁵⁷ “Um intercâmbio de experiências, de boas práticas, de formação e de conhecimento. É como se disséssemos: ‘nesse momento, na América Latina, nos conhecemos e intercambiamos’” (DIRETOR GERAL E COFUNDADOR DA FUNDACIÓN GABO, 2020, tradução nossa).

Center for Journalism, pela *SembraMedia* e também pela *Fundación Gabo*. O diretor geral e cofundador da instituição colombiana (2020) destaca que os criadores de boa parte do que ele chama de “medios líderes”, referindo-se ao jornalismo independente, especificamente – ou a primeira geração, como se abordou no capítulo anterior – passaram ou pelas oficinas, ou pela premiação ou pelo festival. Outros, inclusive, integram a equipe da *Fundación Gabo*, e esse é outro aspecto que deve ser destacado.

O Conselho Reitor da *Fundación Gabo* é constituído por 12 integrantes. Três deles são fundadores de organizações de jornalismo independente na América Latina, entre aquelas que poderiam ser chamadas de “líderes”, por seu trabalho e visibilidade, como disse o entrevistado, jornalistas da primeira geração de organizações de jornalismo independente na América Latina. São eles: Carlos Fernando Chamorro, diretor do *Confidencial*, da Nicarágua; Mónica González, fundadora e presidente do *CIPER*, no Chile, e defensora do leitor de *El Faro*, em El Salvador; e também Natália Viana, cofundadora e codiretora da *Agência Pública*, no Brasil. Também integram o conselho reitor, a jornalista colombiana Maria Teresa Ronderos, ex-diretora do programa de jornalismo independente da *Open Society* e fundadora de *Verdad Abierta*; e, como já mencionado, Rosental Alves, brasileiro que dirige, desde a Universidade do Texas, o *Knight Center for Journalism in the Americas*.

A *Fundación Gabo* nega que as organizações de jornalismo independente existam graças a eles, ou que são uma consequência direta do trabalho da instituição, o que de igual maneira essa tese refuta. No entanto, para o seu diretor geral e cofundador (2020), a fundação é “un gran facilitador en los procesos de periodismo independiente¹⁵⁸” e, em especial o *Festival Gabo*, tem sido “una especie de zona donde se van fermentando esos procesos¹⁵⁹”. Ele acredita que criaram “un espacio real, unos intercambios, una inspiración, una narrativa, una sensación de comunidad de buenas prácticas y de los avances del periodismo¹⁶⁰”. Afirma também que o fizeram de forma consciente: “hemos sido muy concretos, en premiar, destacar, en hacer entrenamientos, en establecer estas redes. Entonces, yo creo, definitivamente que sí, que tenemos que ver con todo eso¹⁶¹”.

¹⁵⁸ “Grande facilitador do jornalismo independente” (DIRETOR GERAL E COFUNDADOR DA FUNDACIÓN GABO, 2020, tradução nossa).

¹⁵⁹ “Uma espécie de zona onde vão se fermentando esses processos” (DIRETOR GERAL E COFUNDADOR DA FUNDACIÓN GABO, 2020, tradução nossa).

¹⁶⁰ “Um espaço real, intercâmbios, uma inspiração, uma narrativa, uma sensação de comunidade de boas práticas e dos avanços do jornalismo” (DIRETOR GERAL E COFUNDADOR DA FUNDACIÓN GABO, 2020, tradução nossa).

¹⁶¹ “Temos sido muito concretos, em premiar, destacar, em fazer treinamentos, em estabelecer essas redes. Então, eu acredito, definitivamente, que sim, que temos a ver com tudo isso” (DIRETOR GERAL E COFUNDADOR DA FUNDACIÓN GABO, 2020, tradução nossa).

Observa-se, na prática, que as afirmações não se tratam apenas de um discurso institucional. As ações da *Fundación Gabo*, constituem um grande nó de uma rede, como sugere o dirigente. A rede e os fluxos que se estabelecem a partir daí, interferem nas identificações e referências espaço-simbólicas dos indivíduos (HAESBAERT, 2012), e evidencia a dimensão temporal-móvel dos territórios – nesse caso, latino-americanos –, assim como o seu dinamismo e perspectivas de conexão. Nesse sentido, “territorializar-se significa também, construir e/ou controlar fluxos/redes e criar referências simbólicas num espaço em movimento, no e pelo movimento” (HAESBAERT, 2012, p. 279).

Identificou-se a existência dessas redes, esses espaços de intercâmbio, bem como as identificações e referências espaço-simbólicas na vivência da pesquisadora em seu período de estágio doutoral na Colômbia. A vivência permitiu a participação na edição de 2019 do *Festival Gabo*, e também em outros encontros promovidos pela fundação e por outras instituições. Nas diferentes ocasiões havia a presença ou de um profissional de alguma das organizações já citadas que oferecem um trabalho de apoio ao jornalismo independente, e/ou representantes dos próprios nativos digitais, e não apenas dos representantes colombianos.

Ao observar as dinâmicas e relações fica evidente que essas pessoas se conhecem, conhecem os trabalhos e as práticas uns dos outros. Essa rede fortalece uma identidade em comum dessas experiências, e também valores territoriais; essa rede conecta os diferentes territórios latino-americanos, cada um com suas especificidades, e evidencia o que eles têm em comum. No *Festival Gabo*, especialmente, isso se potencializa e ainda coloca em evidência que nos diferentes territórios, dadas as suas especificidades, mas também suas características enquanto um arranjo que constitui a região da América Latina, se repetem as temáticas de investigação jornalística e se repetem os desafios e as dificuldades de sustentabilidade econômica. O que se observa e identifica na prática, é a consolidação de uma horizontalidade, nos termos de Milton Santos (2014), que fortalece uma atuação solidária, com uma atuação que visa um interesse coletivo, qual seja, da informação independente, plural e de qualidade, e que, de alguma maneira, parecem integrar uma pluralidade de projetos de resistência jornalística, e logo cultural, mas que também é atravessado por verticalidades, na medida em que há a frequente participação de atores externos à realidade regional.

5.3 Quem paga? O financiamento do jornalismo independente

Mesmo que a internet e demais tecnologias facilitem e baixem o custo de operação, o que inclui criação de iniciativas jornalísticas, ainda assim existe um custo e esses profissionais

se deparam aí com o que provavelmente é o maior desafio: financiar seu trabalho e sua equipe. E além disso, muitas vezes tem a questão do lucro. Apesar de muitas pesquisas limitarem o jornalismo independente, como visto no Capítulo 4, a um jornalismo sem fins lucrativos, em realidade, de acordo com os dados de *SembraMedia*, a maioria dos nativos digitais estão conformados em empresas com fins lucrativos (69% das experiências mapeadas). Aliado a isso, tem-se o discurso, e a responsabilidade, de não estabelecer nenhum tipo de vínculo com poderes políticos, econômicos ou sociais, no intuito de manter a almejada independência, a mesma que também é prometida às audiências, como uma maneira de manutenção dos seus princípios e valores. E, ainda, em territórios bastante frágeis no que diz respeito às políticas de democratização da comunicação, onde coexistem temporalidades de uma modernidade tardia e uma sociedade contemporânea, em espaços em que impera o pós-fordismo como regime de acumulação capitalista.

A proposta do jornalismo independente, portanto, se insere nos territórios latino-americanos com propostas e desafios distintos do jornalismo tradicional na contemporaneidade. Mais do que isso, esses profissionais se deparam com outras condições de produção, condições, inclusive, que têm uma razão de ser, quando se considera o tipo de produção e de conteúdo que propõem. Não que a técnica jornalística seja diferente, ela segue sendo a mesma. O que muda são as formas de sustentabilidade dessas organizações e as escolhas editoriais que passam a ser possíveis, sem que haja interferência de anunciantes.

Ao deparar-se com uma organização que anuncia praticar um jornalismo independente, conseqüentemente se questiona *do que* ele é independente. Ao retomar aqui as três perguntas sugeridas por Karppinen e Moe (2016), tem-se: independente de quem, de que e por quais meios. Ainda que não sejam tratadas aqui como categorias, são pistas importantes para tratar do assunto, pois, como ressalta Berger (2002), a tendência predominante na história do jornalismo, e que se acentuou com o desenvolvimento do capitalismo, é a sua função mercadológica e os estritos vínculos com o poder econômico.

Nessa linha, no entendimento dos produtores de jornalismo independente, para que eles possam condições de praticar um jornalismo que tenha independência editorial, é necessário encontrar um modelo de negócio, de financiamento, que seja diferente dos veículos tradicionais. Ou seja, é preciso não ter vínculos com empresas, políticos e partidos, e com qualquer grande força econômica, com os anunciantes. Assim posto, como, então, financiar o seu trabalho, e poder manter seus custos administrativos, de reportagem, de recursos humanos, impostos, entre outros? A questão de quem deve pagar por um bom jornalismo deve ser respondida com base em circunstâncias específicas e possibilidades (VAN DER HAAK, PARKS, CASTELLS,

2012). A resposta que as organizações de jornalismo independente têm encontrado é uma constante busca por modelos constituídos por uma pluralidade de fundos.

Retomando o modelo de Johnson (2010), que guia metodologicamente essa pesquisa, tem-se na necessidade da independência econômica uma dupla condição de produção: é preciso financiar-se para arcar com todos os custos da organização, e essa entrada de fundos também é necessária para pôr em prática o jornalismo independente ao qual se propõem, com as pautas que propõem. Diante de um período de crise do modelo de negócios do jornalismo tradicional, como se viu, Van Der Haak, Parks e Castells (2012, p. 2925) afirmam que essa crise não afetará o interesse público enquanto “the good journalism continues to be available, produced at lower cost (thanks to technology), and sustained by alternative sources of funding or produced through new business models”¹⁶².

Ocorre que, como afirma Figaro (2018), financiar-se, buscar outras formas de sustentação que não a do jornalismo tradicional, é o principal desafio do jornalismo independente, sem os grandes anunciantes, sem os bancos, governos e empresas. Moraes (2013) segue na mesma linha, e afirma que a falta de ingressos acaba se traduzindo em uma curta vida útil dos projetos, como foi o caso de *Corresponsales.pe*, do Perú, e do *Democratize*, no Brasil, ou mesmo *Nómada*, experiência guatemalteca que integra o *corpus* dessa tese.

Na pesquisa *Punto de Inflexión* (2017), *SembraMedia* estudou cem nativos digitais, distribuídos em quatro países (Brasil, Colômbia, Argentina e México), e destes, 15% não possuíam nenhuma fonte de ingresso financeiro, e outros 9% possuíam apenas uma. Essa dificuldade financeira, como destaca Moraes (2013), pode acarretar em uma infraestrutura técnica, física e tecnológica inadequada, além de uma precarização laboral, pois os jornalistas necessitam ter empregos paralelos. O autor acrescenta que as limitações financeiras se estendem ao desenvolvimento das plataformas digitais.

O caso do uruguaio *Sudestada* é ilustrativo. Seu cofundador e diretor explicou em entrevista para a pesquisa que recebiam um financiamento de uma organização internacional, a *Open Society*, durante um ano, mas que acabou em maio de 2020. De acordo com ele, essa, inclusive, foi fundamental para que o projeto não encerrasse as atividades em 2019. O

¹⁶² “o bom jornalismo continuar disponível, produzido a um custo baixo (graças à tecnologia), e fontes sustentado por fontes alternativas de financiamento ou produzido por meio de novos modelos de negócios” (VAN DER HAAK, PARKS, CASTELLS, 2012, P. 2925).

entrevistado afirma (2020): “No tenemos ganancia. Jamás lo hicimos como una actividad que nos fuera dar dinero, jamás. Además, jamás dio dinero *Sudestada*, jamás”¹⁶³.

Sudestada não recebe nenhum tipo de publicidade, não tem um financiamento contínuo de instituições filantrópicas e sua equipe, composta por quatro jornalistas – além de eventuais colaboradores – não tem nenhum ingresso financeiro com o trabalho que realizam para o projeto e, conseqüentemente, trabalham em outros veículos de comunicação. A organização chegou a ter um espaço físico por alguns anos, junto a uma ONG, em Montevidéu, a qual auxiliava com custos de serviços, mas já não possui mais um espaço físico.

A organização recebe fundos, mas são ingressos esporádicos. Quando *Sudestada* começou em 2014, desenvolveram uma grande reportagem investigativa sobre os destinos das verbas eleitorais no Uruguai naquele ano, a partir do jornalismo de dados, que permitia uma interação a partir de um aplicativo desenvolvido pela equipe. Esse trabalho foi o financiado por um prêmio que receberam, de um *hackathon*¹⁶⁴ que participaram, e receberam cerca de três mil dólares. “No tenemos publicidad y la financiación que nos dan es finita. Esa financiación se termina, y cuando se termina, bueno, suerte”¹⁶⁵ (COFUNDADOR E DIRETOR DO SUDESTADA, 2020).

Sudestada está enquadrado juridicamente como uma ONG sem fins lucrativos – opção adotada também por outros produtores de jornalismo independente – e como destacou seu cofundador e diretor, não foi criada com o objetivo de gerar lucro, o que é reiterado pelo entrevistado em mais de um momento, como se fosse uma justificativa pelas dificuldades financeiras. Ainda que essa seja a opção, há custos que precisam ser cobertos, mesmo de pessoal. Para o cofundador e diretor (2020), *Sudestada* é um “milagre”, e diz não saber como se mantém. “*Sudestada* sigue abierto no por el tema económico. Sigue abierto porque se sigue haciendo”¹⁶⁶.

Diferente do *Sudestada*, há organizações de jornalismo independente que contam com múltiplos ingressos. Essa é, inclusive, a recomendação da diretora do programa *Velocidad* (2019) para alcançar a almejada independência. Figaro (2018), em sua pesquisa que considerou

¹⁶³ “Não temos lucro. Jamais o fizemos como uma atividade que nos fosse dar dinheiro, jamais. Além disso, jamais *Sudestada* deu dinheiro, jamais” (COFUNDADOR E DIRETOR DO SUDESTADA, 2020, tradução nossa).

¹⁶⁴ Trata-se de uma espécie de maratona, um evento, normalmente com duração de vários dias, no qual um grande número de pessoas se reúne para participar de programação colaborativa de computadores. No caso do *hackathon* que *Sudestada* participou, se tratava de desenvolver um aplicativo.

¹⁶⁵ “Não temos publicidade e o financiamento que nos dão é finito. O financiamento acaba, e quando acaba, bom, boa sorte” (COFUNDADOR E DIRETOR DO SUDESTADA, 2020, tradução nossa).

¹⁶⁶ “*Sudestada* não segue aberto pelo tema econômico. Segue aberto porque seguimos fazendo” (COFUNDADOR E DIRETOR DO SUDESTADA, 2020, tradução nossa)

73 experiências de jornalismo independente na grande São Paulo, identificou que há uma diversidade na forma de sustentação, desde o financiamento próprio, trabalho voluntário, até anúncios, publicidade e apoios institucionais. A pesquisa de *SembraMedia* (2017) levantou que entre os nativos digitais investigados, 65% tem ingressos de três ou mais fontes. “Está claro que el desarrollo de un modelo diversificado de ingresos es clave para construir un negocio sustentable y mantener la independencia editorial”¹⁶⁷ (SEMBRAMEDIA, 2017).

Um modelo de negócio baseado na pluralidade de fundos foi o que se identificou nas experiências de jornalismo independente entrevistadas para essa pesquisa, como mostra o Quadro 4, com exceção de *Sudestada*. No representante uruguaio dessa pesquisa, ainda que no quadro esteja especificado três fontes de ingressos, não se tratam de ingressos contínuos.

Quadro 4 – Fontes de ingressos das organizações entrevistadas

| Organizações | Fontes de ingresso |
|------------------------------------|---|
| Agência Pública (Brasil) | <ul style="list-style-type: none"> • Cooperação internacional • Patrocínio a projetos e eventos • Editais • Financiamento dos leitores (Programa de Aliados da Pública) |
| Animal Político (México) | <ul style="list-style-type: none"> • Cooperação internacional • Capacitação • Consultoria • Checagem de informação para o Facebook • Conteúdos comerciais • Publicidade • Financiamento dos leitores (assinaturas) |
| Chequeado (Argentina) | <ul style="list-style-type: none"> • Doadores individuais (Amigos de Chequeado) • Apoios de empresas • Capacitações/assistências técnicas • Evento anual • Cooperação internacional |
| Contra Corriente (Honduras) | <ul style="list-style-type: none"> • Cooperação internacional • Consultoria • Produção de conteúdo • Tradução • Oficinas • Doação de leitores |
| GK.city (Equador) | <ul style="list-style-type: none"> • Cooperação internacional • Agência de conteúdo • Patrocínio a projetos |

¹⁶⁷ “Está claro que o desenvolvimento de um modelo diversificado de ingressos é chave para construir um negócio sustentável e manter a independência editorial” (SEMBRAMEDIA, 2017, tradução nossa).

| | |
|----------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Financiamento dos leitores • Loja com produtos gráficos |
| La Silla Vacía (Colômbia) | <ul style="list-style-type: none"> • Cooperação internacional • Publicidade • Financiamento de leitores (Súperamigos) • La Silla Académica (Universidades) • Patrocínio a projetos (La Silla Llena) • Banco de dados • Checagem de informação para o Facebook • Eventos e oficinas |
| Nómada (Guatemala) | <ul style="list-style-type: none"> • Empréstimo bancário • Venda de ações a investidores • Cooperação internacional • Financiamento dos leitores • Alianças comerciais • Agência de conteúdo • Doações dos leitores |
| Sudestada (Uruguai) | <ul style="list-style-type: none"> • Cooperação internacional • Editais • Cursos |

Fontes: Elaborado pela autora (2020).

O Quadro 4 sintetiza a diversidade de fontes de ingresso financeiro no jornalismo independente, ainda que sejam apenas exemplos a partir dos entrevistados na pesquisa. Observa-se que há fontes que se repetem entre eles, como a cooperação internacional, principalmente e, ao mesmo tempo, fica evidente que não há um modelo único ou uma fórmula que possa ser seguida por todos. E o fato de não haver um único modelo faz do financiamento um desafio ainda maior, exigindo desses produtores encontrarem maneiras criativas de arrecadação, como se observa, por exemplo, nas experiências que dão cursos, realizam eventos e até que criam uma agência a parte para produção de conteúdo comercial.

A ex-diretora do programa de jornalismo independente da *Open Society* (2019), conta que durante os anos em que esteve à frente do programa, conheceu experiências de jornalismo independente pelo mundo que encontravam diferentes maneiras para obter recursos. E chama atenção para algo que não foi citado por nenhum dos entrevistados do quadro, que é a possibilidade de colaborar sem que seja com dinheiro, mas sim com uma espécie de apoio, como por exemplo, produzir a página web, ou qualquer outro tipo de prestação de serviço, sem custos.

A busca por essa diversificação de fundos contudo, não é gratuita. Os entrevistados manifestam ter tido dificuldades nos primeiros anos e terem aprendido a necessidade dessa diversificação, como sendo o essencial para a independência financeira, durante o processo. A

cofundadora e diretora editorial de *GK.city* (2020), por exemplo, diz que hoje “no volvemos a cometer más el error de tener solamente una fuente”¹⁶⁸.

Mesmo com uma pluralidade de fontes de ingresso, essas organizações podem ser questionadas quanto a sua independência financeira. A ex-diretora do programa de jornalismo independente da *Open Society* (2019), que já esteve como fundadora e diretora de meios nativos digitais, mas também já esteve como financiadora, chama atenção para o fato de que todos os fundos tem um problema.

Si tiene plata de la publicidad, pues la publicidad siempre va tratar de ponerte límites, ¿no? Y corres riesgo de perderla. Y la plata que te da el gobierno pues también. Si es plata de una filantrópica, pues la filantrópica tiene su agenda. Lo mejor que puede hacer un medio para ser independiente es tener fondos de muchos sitios, que sean de múltiples orígenes.¹⁶⁹

Tão importante quanto a pluralidade de fontes de ingresso, está o equilíbrio entre o quanto por cento do orçamento vem de cada uma delas. *Animal Político*, de acordo com sua editora geral (2020), buscam que cada uma de suas fontes sejam responsáveis por cerca de 20% do orçamento. “Procuramos es que cada una de nuestras fuentes de ingreso representen prácticamente el mismo. No que sea tan, tan grande, pues justamente si perdemos alguna, tenemos todas las otras, que tienen prácticamente lo mismo”. O mesmo não ocorre com *Contra Corriente*, que tem 80% dos seus ingressos vindos de cooperação internacional. E, aparentemente, também não aconteceu com *Nómada*, que acabou encerrando o projeto em 15 de outubro de 2020, durante a execução desta pesquisa.

Não diversificar a fonte de ingressos reflete em duas fragilidades, a editorial e a financeira. De acordo com a diretora executiva de *Chequeado* (2019), há um risco muito alto quando se tem apenas um doador, pois ele pode decidir não te financiar mais – como ocorre com *Sudestada* –, ou pode não gostar de uma reportagem publicada, ou pode falecer e seus herdeiros não terem mais interesse em apoiar o projeto. É a partir dessas preocupações que *Chequeado* formulou seu modelo de negócio.

Nuestro modelo de financiamiento en particular es un modelo de financiamiento muy diversificado, que tiene muchas fuentes que hace que muchas fuentes que donan poco, que hace que, si alguna se antoja, no le gusta y se va, eso no tiene un gran impacto para nosotros. Hoy en día yo diría que no tiene impacto. Puede ser que cuando

¹⁶⁸ “Não voltaremos a cometer mais o erro de ter somente uma fonte” (COFUNDADORA E DIRETORA EDITORIAL DE GK.CITY, 2020, tradução nossa).

¹⁶⁹ “Se tem dinheiro de publicidade, pois a publicidade sempre vai tratar de te colocar limites, não? E corres o risco de perdê-la. E o dinheiro que te dá o governo também. Se é dinheiro de filantropia, pois ela tem sua agenda. O melhor que um meio pode fazer para ser independente é ter fundos de muitos lugares, que sejam de múltiplas origens” (EX-DIRETORA DO PROGRAMA DE JORNALISMO INDEPENDENTE DA OPEN SOCIETY, 2019, tradução nossa).

empezamos sí, pero ahora no. Y además que no viene de una única, o sea, no es solo empresas, o solo personas, o solo cooperación internacional, sino que es una multiplicidad de esos sectores.¹⁷⁰

O financiamento pelos leitores, ou assinaturas, ou programas de memberships, ingressos que têm como origem a audiência, parece ser o modelo ideal. É, inclusive, algo presente em todas páginas dos nativos digitais, de maneira mais ou menos estruturada. Não é um modelo que se alcança fácil, especialmente por não haver essa cultura na América Latina – diferente dos Estados Unidos, por exemplo, onde o jornalismo sem fins lucrativos conta com o apoio financeiro dos leitores e é uma realidade.

Importante esclarecer que não se trata de instituir uma assinatura, um *paywall*, como muitos sites de jornalismo tradicional tem adotado, em que apenas assinantes podem acessar parte do conteúdo, ainda que haja organizações de jornalismo independente que adotem esse modelo, como é o caso do *Nexo Jornal*¹⁷¹, no Brasil. Tratam-se de colaborações financeiras, algumas vezes sem nenhuma contrapartida, outras com benefícios, como é o caso, por exemplo, do *Aliados da Agência Pública* e do *Súperamigos da La Silla Vacía*.

Ainda assim é preciso cautela. Mesmo que esses projetos pudessem alcançar o feito de que a maior parte, ou todo seu ingresso viesse de suas audiências, ainda assim existiria o risco de que, descontentes com alguma reportagem investigativa eles deixassem de colaborar, o que impactaria no orçamento, ou, no intuito de manter essas colaborações, que a política editorial se adapte ao perfil da sua audiência.

Mesmo que não exista um modelo único, como se vem afirmando, é possível intuir a existência de um padrão de modelo ideal: a diversificação de fundos, principalmente, e o entendimento da importância de que haja um equilíbrio em relação às origens desses ingressos. Nesse sentido, detém-se na sequência nos casos de financiamento da *Agência Pública* e *La Silla Vacía*. Faz-se necessário destacar que ambos adotam um discurso de transparência, ou seja, defendem que sua audiência deve saber como se financiam – discurso adotado também pelos demais projetos entrevistados. No entanto, essa transparência aparece nas páginas em menor ou maior grau.

¹⁷⁰ “Nosso modelo de financiamento, em particular, é um modelo de financiamento muito diversificado, que tem muitas fontes, que faz com que muitas fontes doem pouco, que faz com que, se alguma se cansa, não gosta e se vá, isso não tem grande impacto para nós. Hoje em dia eu diria que não tem impacto. Pode ser que quando começamos sim, mas agora não. E além disso, não vem de uma única origem, ou seja, não só empresas, só pessoas, só cooperação internacional, e sim uma pluralidade desses setores” (DIRETORA EXECUTIVA DE CHEQUEADO, 2019, tradução nossa).

¹⁷¹ <https://www.nexojournal.com.br/>

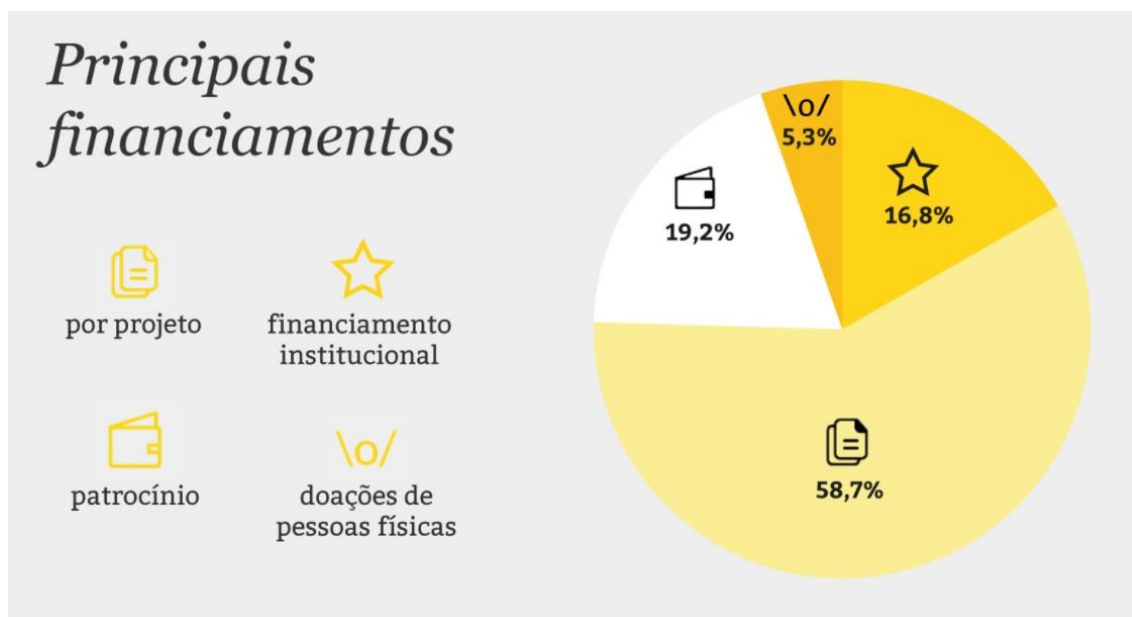
No caso da *Agência Pública*, enquadrada juridicamente como uma ONG sem fins lucrativos, chama atenção que, diferente de muitos outros projetos de jornalismo independente, ela não tem publicidade, que nos demais casos, na maioria das vezes, é publicidade orgânica, do *Google Ads*. De acordo com a cofundadora e codiretora da *Pública* (2019), os primeiros oito meses de existência não havia recursos, além dos das próprias fundadoras. Na sua percepção, houve um reconhecimento do trabalho de investigação jornalístico realizado por elas de forma bastante rápida, e isso chamou atenção das primeiras fundações internacionais doadoras. Proativamente, a *Pública* começou a buscar financiamento por volta de 2016 e 2017, pois, de acordo com a entrevistada, houve um período de processo de aprendizagem, sobre como é ter e dirigir uma organização.

Destaca-se, no entanto, que já em 2013 a *Agência Pública* lançou um *crowdfunding*, um financiamento coletivo. Segundo a cofundadora e codiretora da agência (2019), a *Pública* foi o primeiro site de jornalismo no Brasil a inovar nesse sentido, e o realizaram três vezes: em 2013, 2015 e 2017, e o nome de todos os doadores estão listados no site. A exemplo, em 2015, o *Reportagem Pública 2015*, como se chamava o *crowdfunding*, contou com a doação de 958 leitores que, em 45 dias, ultrapassaram a meta inicial de R\$ 50 mil e alcançou a marca de R\$ 69.997,00 (OLIVEIRA, 2017).

No site da *Agência Pública* há um menu chamado *Transparência* onde estão explicitadas as fontes de origem dos recursos da organização, os mesmos listados no Quadro 4. Em um breve texto, explica que a política de financiamento da organização tem como princípios a independência editorial e a integridade jornalística, e que determina que nenhum financiador pode interferir nas investigações, tampouco ter acesso ao conteúdo produzido antes de ser publicado. Destaca, ainda, que não aceita doações de instituições que representem algum conflito de interesse com os valores e atuação da *Pública* (APUBLICA, 2020b).

A receita total da *Agência Pública* no ano de 2019 foi de R\$ 3.675.760,69. Desse valor, 48,08% foram destinados aos recursos humanos, 17,8% aos salários CLT, 17% a despesas administrativas, 9,3% a custos de viagens e 7% a impostos (APUBLICA, 2020b). Esse valor teve origem em quatro fontes distintas, de acordo com o Gráfico 3. Entende-se que os 16,8% de financiamento institucional correspondem às doações de fundações internacionais – o que outros produtores de jornalismo independente chamam de cooperação internacional –, isso porque na apresentação anterior ao gráfico há a informação de que a *Pública* possui dois financiadores institucionais que são a *Ford Foundation* e a *OAK Foundation*, sediados nos Estados Unidos e na Suíça, respectivamente.

Gráfico 3 – Fontes de financiamento da Agência Pública em 2019



Fonte: Agência Pública. Disponível em: <<https://apublica.org/transparencia/>>. Acesso em 25 ago. 2020.

Já a porcentagem de patrocínio e por projeto, que somam 77,9%, são referentes a ingressos que tem como finalidade uma série de, ou apenas uma investigação, ou ainda para a realização de algum evento, como o *Festival 3i de jornalismo*¹⁷², o qual a *Pública* integra o grupo de organizadores. E as doações por pessoas físicas, que representam 5,3%, tem origem na doação de leitores.

Há uma página própria para o *Programa Aliados da Pública*¹⁷³, onde a *Pública* faz uma apresentação do seu trabalho jornalístico e afirma que precisa da ajuda dos leitores para continuar seu trabalho e promover “o jornalismo crítico, sério e independente” (PROGRAMA ALIADOS, 2020, online). Os leitores podem optar em doar valores que variam de R\$ 10 a R\$ 100 por mês, e recebem recompensas de acordo com o valor doado. Todos os doadores recebem uma newsletter exclusiva, o contato direto com o editor de audiências e o direito a participar de uma votação mensal que decide sobre qual pessoa deve ser entrevistada pela *Pública*. Conforme o valor de doação mensal é maior, há recompensas como descontos em livros de editoras parceiras, fotos feitas pelos fotógrafos da agência e um livro-reportagem por ano.

¹⁷² O Festival 3i de jornalismo, jornalismo inovador, inspirador e independente é uma iniciativa de organizações de jornalismo independentes brasileiras, entre elas a Agência Pública (Agência Lupa, Colabora, Congresso em Foco, Énois, JOTA, Marco Zero Conteúdo, Nexo, O Eco, Poder360, Ponte Jornalismo, Repórter Brasil e Revista Nova Escola). Apresenta-se como o primeiro festival na América Latina voltado especialmente para a inovação e o empreendedorismo. Houve uma edição nacional em 2017 e outra em 2019, e três regionais em 2018. (<https://festival3i.org/>).

¹⁷³ <https://aliados.apublica.org/>

O *Programa Aliados da Pública* iniciou com três metas: a primeira, alcançada ainda em seu primeiro ano, visava garantir a arrecadação de R\$ 20mil por mês, e com isso aumentar em 20% sua produção de reportagens investigativas; a segunda era alcançar o valor de R\$ 30mil ao mês, em que o aumento de investigações seria de 30% e o início da produção de podcasts; a última meta é de R\$ 50mil por mês, em que haveria um aumento de 50% das investigações e a publicação de reportagens em sites estrangeiros, em inglês e espanhol. Em cerca de um ano, entre 2019 e novembro de 2020, o programa garantiu cerca de R\$ 29 mil por mês e mais de 1500 aliados.

La Silla Vacía, por sua vez, começou com uma bolsa da *Open Society* para a qual se inscreveu sua fundadora, no valor de U\$ 100mil e com um investimento da própria fundadora. Diferente da *Pública*, tem o status de empresa, a *Blogsfera SAS*, uma Sociedade por Ação Simplificada (LA SILLA VACÍA, 2020c). A fundadora é a acionista majoritária, com 53,5%; outros 28,5% são dois pais da jornalista e 11% de um tio; o editor geral da *La Silla Vacía* tem 2% e o engenheiro responsável pelo desenho da parte tecnológica os outros 5%. Tanto os pais quanto o tio da fundadora, são empresários do setor químico de alimentos.

Em 2016, o nome da fundadora de *La Silla Vacía* apareceu nos documentos que ficaram conhecidos como *Panamá Papers*. O conjunto com 11.5 milhões de documentos confidenciais forneciam informações sobre milhares de empresas de paraísos fiscais *offshore*, o que não é por si só ilegal em suas jurisdições, desde que sejam declaradas, mas a investigação feita por jornalistas de todo o mundo identificou empresas de fachada que teriam sido usadas para fins ilegais, como tráfico de drogas e evasão fiscal. À época, a fundadora publicou um texto no site de *La Silla Vacía*¹⁷⁴, informando que seu nome havia sido citado em função de uma empresa da sua família, da qual é sócia. Afirmou que se tratava de uma empresa legal e registrada no Banco da República da Colômbia, e compartilhou o registro da empresa¹⁷⁵ e sua própria declaração de renda¹⁷⁶. Ainda assim, afirmou que se afastaria das investigações feitas por *La Silla Vacía* sobre o tema, que ficariam a cargo do editor geral e que não passariam por ela.

A receita total de *La Silla Vacía*, em 2019, foi de \$ 2.691.040.998 (valor em peso colombiano). Assim como a *Pública*, possui um menu sobre a origem e o destino de seus recursos chamada *Financiación*. Com um discurso semelhante ao identificado no caso brasileiro, a organização afirma que acredita na diversificação das suas fontes de recursos para garantir a sustentabilidade do projeto e a independência. Também afirmam não aceitar nenhum

¹⁷⁴ <https://lasillavacia.com/blogs/de-la-direccion/estoy-en-los-papeles-de-panama-55744>

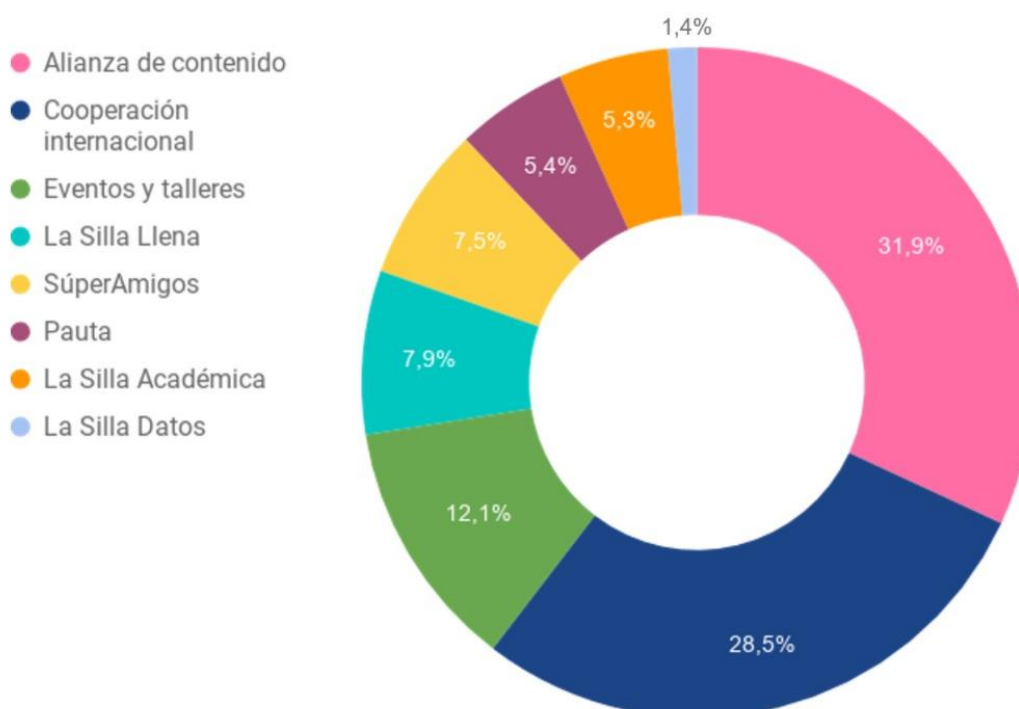
¹⁷⁵ <https://pt.scribd.com/doc/312157525/Registro-ICE04643-20130304-JLG>

¹⁷⁶ <https://pt.scribd.com/document/312287095/Declaracion-Renta>

tipo de doação, presente ou indicação de pauta por parte de políticos ou de campanhas políticas (LA SILLA VACÍA, 2020c, online).

Da receita total de 2019, 72,8% foi gasto com pagamento de seus colaboradores; 7,6% com custos administrativos; 4,3% com custos operativos; 2,3% com gastos de transporte com as investigações e 13% com pagamento de impostos. A fontes de desses recursos estão discriminadas no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Fontes de financiamento de La Silla Vacía em 2019



Fonte: La Silla Vacía. Disponível em: <<https://lasillavacia.com/content/financiacion-63024>>. Acesso em: 25 ago. 2020.

A cooperação internacional, que corresponde a 28,5% são as doações recebidas de organizações, nos mesmos moldes das identificadas na *Pública*. Em entrevista, o editor geral de *La Silla Vacía* (2019) disse que essa porcentagem já foi menor em 2019 e que o objetivo é que torne algo marginal. O editor geral destaca que se, quando o projeto começou esse tipo de doação era fundamental, hoje já não é mais. Ainda representa, evidentemente uma parcela significativa do orçamento, mas muito pequeno quando comparada aos primeiros anos. E dentro desse valor também há diversificação: enquanto a *Pública* tem dois doadores internacionais, responsáveis por 16,8% dos ingressos, *La Silla Vacía* conta com quatro financiadores, entre elas a *Open Society* e a *Ford Foundation*.

Já os 31,9% de alianças de conteúdo dizem respeito a projetos específicos, em especial a parceria com o *Facebook* para a checagem de 40 publicações falsas por mês; e eventos e oficinas somam outros 12,1%. Outra porcentagem é de produtos da *La Silla Vacía* que geram ingressos distintos. Um deles a *La Silla Académica*, 5,3%. Trata-se de um contrato com algumas universidades para a divulgação de conteúdo científico, para que chegue a um público mais amplo. Esse foi um nicho encontrado pela organização, em que se oferece a publicação de dez textos por ano para a universidade. Mas a decisão do tema abordado, bem como do professor ou pesquisador a ser entrevistado é da *La Silla Vacía*. De maneira geral, a editora do *La Silla Académica* busca nas universidades parceiras conteúdos que tenham relação com a conjuntura do país e com as investigações em curso pelos jornalistas.

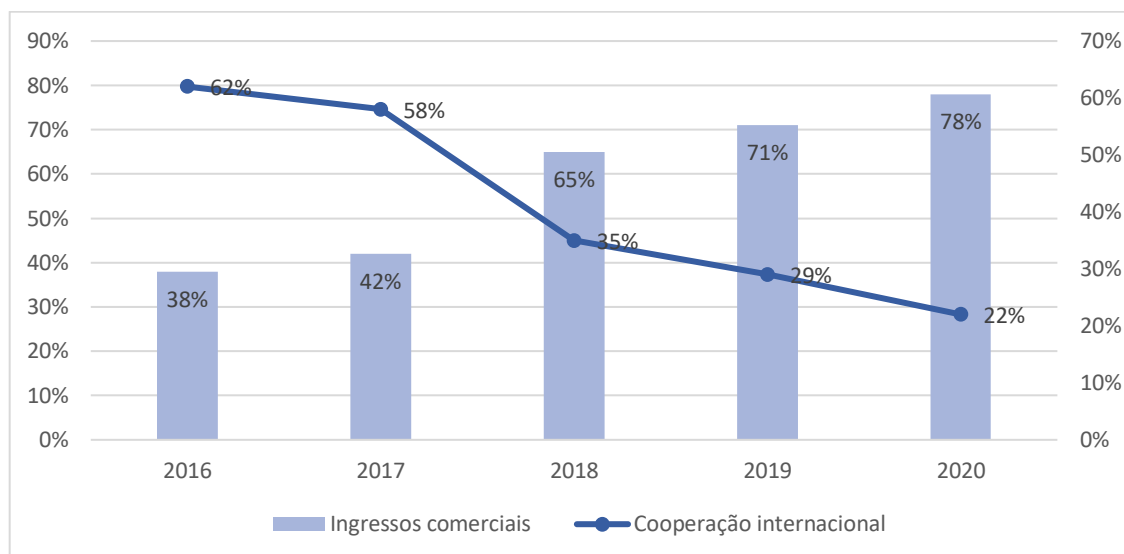
O outro produto é a *La Silla Llena*, responsável por 7,9% dos ingressos. Ela é constituída por uma rede de especialistas que debatam, por exemplo, o tema rural, ou meio ambiente, e se busca alguém, ou alguma empresa, que tenha interesse em financiar isso, e sempre o poder de decisão é da *La Silla Vacía*. Há ainda a *La Silla Datos*, uma biblioteca de base de dados, de onde se originam 1,4% dos ingressos. Onde se lê “pauta”, no gráfico, em realidade, são os ingressos referentes à publicidade, de acordo com o texto explicativo do site.

Outra fonte são os *Súperamigos*¹⁷⁷ (7,5%), o programa da *La Silla Vacía* de financiamento pelos leitores. O discurso é o mesmo identificado na *Agência Pública*, que é necessário a ajuda financeira da audiência para continuar fazendo um jornalismo investigativo e independente. De igual forma, também, eles não impõem *paywall* aos leitores, que podem optar por fazerem doações sistemáticas, mensais, que variam de \$15mil a \$100mil pesos colombianos, ou uma única doação, que varia de \$50mil a \$1.500.000 pesos colombianos. Na campanha de 2020, foram 1.075 super amigos.

Outro projeto é um banco de dados. O editor geral (2019) explica que a organização, para suas investigações jornalísticas, foi criando uma base de dados, constantemente atualizada, e que podem ser relevantes a outros públicos. Criaram, então, uma plataforma para oferecer acesso a essa base de dados. Na data da entrevista haviam cinco clientes. O que a organização fez, nesse caso, foi achar uma maneira de arrecadar recursos a partir de algo que, naturalmente, os jornalistas já produzem. Observa-se uma maior diversificação das fontes de *La Silla Vacía*, bem como um maior equilíbrio entre elas, quando comparado ao modelo da *Pública*. O Gráfico 5 evidencia a busca desse equilíbrio.

¹⁷⁷ <https://lasillavacia.com/content/superamigos-2019-73088>

Gráfico 5 – Variação da fonte de ingressos em La Silla Vacía



Fonte: SúperAmigos (2020).

E isso reforça o que vinha-se afirmando sobre a inexistência de uma receita que pode ser copiada por todas as organizações de jornalismo independente. No caso de *La Silla Vacía*, se busca diversificar por uma decisão estratégica para garantir a manutenção da independência e a não existência da interferência dos financiadores no conteúdo produzido por eles (EDITOR GERAL DE LA SILLA VACÍA, 2019). Outra diferença no tocante à transparência dos recursos, é que a organização colombiana publica em seu site o balanço patrimonial e o demonstrativo de resultados¹⁷⁸.

A maneira como as organizações de jornalismo independente se organizam, do ponto de vista do negócio e de sua capacidade financeira de se autossustentar, implica em condições de produção estruturais. Figaro (2018) ao tratar do jornalismo independente, vistos como novos arranjos econômicos de jornalismo, e tendo como chave analítica a comunicação e o trabalho, tem, dentre suas principais conclusões, de que as condições de trabalho nessas organizações, desde o ponto de vista da remuneração, e da reposição da força do trabalho, são precárias, além de não haver a certeza sobre como as atividades jornalísticas desempenhadas serão mantidas.

Cientes de que as experiências estudadas nesta tese representam um pequeno *corpus* desses projetos na América Latina, ao considerar o volume de organizações já mapeadas, e a pluralidade de formatos no que diz respeito ao tempo de existência e tamanho, principalmente, é preciso pontuar que a precariedade não é uma característica unânime. Se, entre os casos

¹⁷⁸ O balanço financeiro de La Silla Vacía de 2018 pode ser acessado aqui: <https://drive.google.com/file/d/1-OuqYX4GtNKNBeKIQDPe4bsSIX6D1Utt/view>.

estudados, de um lado está *Sudestada*, por exemplo, sem ingressos financeiros e com uma equipe de quatro pessoas que não recebem nada pelas atividades que exercem, tampouco seus demais colaboradores, igualmente voluntários, além de não contar com condições estruturais de produção, de outro está, por exemplo, *La Silla Vacía*, com uma equipe de mais de 30 profissionais, todos contratados em regime trabalhista, além dos estagiários, igualmente pagos.

O encerramento das atividades de *Nómada* durante o desenvolvimento desta tese é ilustrativo. Como se mostrou nesta seção, a organização contava com sete fontes diferentes de ingresso, o que demonstra uma pluralidade. Contudo, pluralidade não significa equilíbrio. Cerca de 45% de seu financiamento vinha da cooperação internacional e em 2020, de acordo com um editorial de despedida de *Nómada*, vários retiraram suas doações e não houve escolha senão fechar a organização.

Lamentablemente, tras un tiempo de éxito, ha llegado una tormenta que ha causado daños irreparables a esta empresa periodística. En medio de la turbulencia, varias fundaciones que hacían posible el financiamiento de la operación de *Nómada* optaron por retirar sus donaciones a favor de la libertad de expresión, lo que impide que se pueda continuar con el empeño de llevar información a quienes la necesitan. (NÓMADA, 2020b, online)¹⁷⁹.

Em dólares, os ingressos totais de *La Silla Vacía* em 2019 foram de cerca de US\$ 770 mil, enquanto da *Agência Pública*, de cerca de US\$ 470 mil. Essa arrecadação está longe de ser a regra no jornalismo independente, mas também evidencia que há projetos que tem conseguido garantir, com seus ingressos, uma estabilidade trabalhista e condições de produção do ponto de vista da estrutura. No caso colombiano, o qual se pode conhecer pessoalmente, a casa onde a sala de redação funcionava em 2019¹⁸⁰, visitada pela pesquisadora, contava com uma pequena recepção, que antecedia a sala de redação propriamente, onde um pouco deslocada, mas junto ao espaço compartilhado pelos jornalistas, estava a mesa de trabalho do editor geral. Ainda no térreo, havia uma pequena cozinha. No piso superior, uma sala de arquivo, uma pequena sala de reuniões, um espaço compartilhado por outra parte dos jornalistas e uma pequena área externa. Além disso, a organização garante a sua equipe todos os equipamentos necessários para o trabalho (JORNALISTA DE LA SILLA VACÍA, 2019).

Ainda no caso de *La Silla Vacía*, a jornalista entrevistada (2019), afirma que há uma segurança absoluta no que diz respeito aos salários e aos direitos trabalhistas. Enquanto na

¹⁷⁹ “Infelizmente, depois de um tempo de sucesso, chegou uma tempestade que causou danos irreparáveis a esta empresa jornalística. Em meio à turbulência, várias fundações que viabilizavam o financiamento de *Nómada* optaram por retirar suas doações em prol da liberdade de expressão, o que impossibilita a continuidade do esforço de levar informações a quem precisa” (NÓMADA, 2020, online, tradução nossa).

¹⁸⁰ Em 2020 *La Silla Vacía* mudou de endereço.

Colômbia, de acordo com o *Observatorio Laboral para la Educación*, o salário médio dos jornalistas é de \$ 2.041.000 (US\$ 585,94), o dos recém graduados \$ 1.891.000 (US\$ 542), a organização paga aos seus profissionais recém chegados um valor de \$2.300.000 (US\$ 660,30), e para os editores, uma média de \$5.500.000 (US\$ 1.578,97).

Estas diferentes situações financeiras identificadas no jornalismo independente, evidenciam que não há um modelo único, ainda que a diversificação e o equilíbrio entre as fontes de recursos venham se mostrando uma boa estratégia, de outro lado há um elemento de financiamento que se repete em todos os projetos entrevistados, que se observa nas demais experiências com alguma visibilidade na América Latina e que também gera críticas por seu formato: o financiamento advindo das fundações internacionais.

5.3.1 Fundações financiadoras do jornalismo independente: o caso da *Open Society*

A busca, ou a aceitação, da cooperação internacional parece ser a primeira opção entre boa parte dos produtores de jornalismo independentes. E esse financiamento gera questionamentos, críticas e defesas. Figaro (2018) na pesquisa realizada com nativos digitais na grande São Paulo, questiona qual o interesse dessas organizações em financiar o jornalismo independente. A pesquisadora destaca que a política e a cultura podem afetar a área econômica do país – referia-se ao Brasil – e favorecer, de alguma maneira, os interesses de empresas nacionais e internacionais. Entendendo o jornalismo como parte da cultura de uma sociedade e sua potencialidade para transformações na sociedade, sejam elas de ordem simbólica ou material nos territórios, financiá-lo, como sugere Figaro (2018), pode fazer parte de uma estratégia de mercado ou até mesmo ideológica. Em outras palavras, pode fazer parte de uma estratégia de imposição vertical da hegemonia dos interesses do capital.

As informações que compõe o Quadro 5 foram coletadas por meio das entrevistas e dos sites das organizações de jornalismo entrevistadas. Lista-se toda e qualquer organização internacional mencionada pelos nativos digitais, independente de fornecerem recursos por meio de cooperação internacional, *grants* ou alianças estratégicas e de conteúdo.

Quadro 5 – Fundações internacionais e nacionais que financiam o jornalismo independente praticado pelos entrevistados

| Organizações | Financiador internacional |
|------------------------------------|---|
| Agência Pública (Brasil) | <ul style="list-style-type: none"> • Ford Foundation • OAK Foundation • Climate and Land Use Alliance • Open Society Foundations • Instituto Betty Jacob LAFER • European Climate Foundation • Ashoka • Ibirapitanga • Alana |
| Animal Político (México) | <ul style="list-style-type: none"> • Ford Foundation |
| Chequeado (Argentina) | <ul style="list-style-type: none"> • Luminate Group • Embaixada dos Estados Unidos na Argentina • Fundação Getúlio Vargas • Google for AI Challenge • ONU • National Endowment for Democracy (NED) |
| Contra Corriente (Honduras) | <ul style="list-style-type: none"> • Free Pres Unlimited • Heinrich Boll Stiftung • International Women's Media Foundation • Frontline defenders • National Endowment for Democracy (NED) • Seattle International Foundation • Open Society Foundation |
| GK.city (Equador) | <ul style="list-style-type: none"> • North Base Media • Media Development Investment Fund • Nxtp.Labs • People in Need • Embaixada Britânica no Equador • National Endowment for Democracy (NED) • Pan American Development Foundation |
| La Silla Vacía (Colômbia) | <ul style="list-style-type: none"> • Open Society Foundation • Embaixada Britânica na Colômbia • Ford Foundation • National Endowment for Democracy (NED) • Natural Resource Governance Institute (NRGI) • United States Agency for International Development (USAID) • Prince-Claus |
| Nómada (Guatemala) | <ul style="list-style-type: none"> • Ford Foundation |

| | |
|----------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • National Endowment for Democracy (NED) • Open Society Foundation • Free Press Unlimited • Planned Parenthood • Hivos • Oxfam |
| Sudestada (Uruguai) | <ul style="list-style-type: none"> • Open Society¹⁸¹ |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A *SembraMedia*, em seu site, disponibiliza uma relação de organizações que fazem doações ao jornalismo independente (Quadro 6). Há uma orientação para que os produtores de jornalismo independente, antes de buscarem esses doadores, atentem às áreas de trabalho de que cada instituição doadora, bem como as características do nativo digital que busca o apoio financeiro, para que apenas se inscreva em programas que estejam alinhados com seus princípios e temáticas de investigação, e também dão dicas sobre que cuidados ter nessas inscrições. E aconselha: “no cambies el giro de tu línea editorial solo para obtener uno de estos grants” (SEMBRAMEDIA, 2020g, online).

Quadro 6 – Indicações de organizações doadoras pela SembraMedia

| Fundos para jornalismo | | |
|---|--|--|
| International Women’s Media Foundation | Connectas | |
| Durante todo o ano, a IWMF lança convocatórias para jornalistas mulheres de todo o mundo. Seu objetivo é visibilizar as vozes das mulheres que se dedicam à profissão e tem propostas inovadoras e excepcionais. Para se inscrever, deve ser mulher, ter experiência com jornalismo e falar inglês. Cada convocatória tem requisitos específicos. | A organização doa pequenos fundos para projetos jornalísticos na América Latina e prioriza projetos transnacionais. Além dessa ajuda econômica, oferece acompanhamento editorial durante o processo de investigação. | |
| Investidores Filantrópicos | | |
| North Base Media | MDIF | Luminate |
| Oferece recurso, conhecimento e experiência para os meios de comunicação e empresas de tecnologia com um enfoque em empresas de transformação rápida. | <i>Media Development Investment Fund</i> apoia meios independentes e inovadores, que produzam conteúdo próprio e forneçam notícias e informação que contribuam para o debate público. | É um grupo de investidores que foca em projetos jornalísticos que compartilhem seu compromisso para que o bem social avance ao ritmo e |

¹⁸¹ O financiamento da Open Society a Sudestada era de um ano e terminou em maio de 2020, mas o site ainda mantém o selo da organização

| | | escala que o mundo necessita. |
|---|---|--|
| ONGs e Fundações | | |
| <p>Ford Foundation</p> <p>Apoia iniciativas, entre outras áreas, de criatividade, liberdade de expressão, igualdade de desenvolvimento, economias inclusivas, meio ambiente e gênero.</p> | <p>Bill & Melinda Gates Foundation</p> <p>Fornecem suporte para solucionar problemas chave em quatro áreas estratégicas: desenvolvimento global, saúde global, política e ativismo global e educação nos Estados Unidos.</p> | <p>National Endowment for Democracy (NED)</p> <p>Aceita propostas para subvenções de jornalistas e meios de comunicação independentes que apoiam a democracia.</p> |
| <p>Fundación AVINA</p> <p>Está enfocada em produzir mudanças de grande escala para o desenvolvimento sustentável, mediante a construção de processos de colaboração entre atores de distintos setores, para impactar de maneira positiva nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável.</p> | <p>Open Society Foundations Latin American Project¹⁸²</p> <p>Este é um grupo de fundações que tem uma área específica para a América Latina que se enfoca em apoiar os esforços da região para defender a democracia e aumentar a transparência nos governos, proteger as minorias, reduzir os homicídios e reformar as políticas de combate às drogas.</p> | <p>The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation</p> <p>Apoia as pessoas criativas, instituições efetivas e redes com influência para um mundo mais justo e pacífico.</p> |

Fonte: Elaborado pela autora a partir de *SembraMedia* (2020g).

As sugestões elencadas por *SembraMedia* evidenciam mais uma vez a variedade de fundações doadoras e também que, ainda que tenham proximidade, cada uma tem um enfoque específico, o que reforça o questionamento sobre o interesse que se tem em investir em jornalismo independente na América Latina. Figaro (2018) destaca que a *Ford Foundation*, por exemplo, possui uma estreita relação com a política externa dos Estados Unidos e seus órgãos de inteligência, como a CIA, e que o destino dos recursos da fundação tem sido financiar os direitos humanos, desde uma visão ideológica imperialista estadunidense.

Já a *Open Society*, mais do que qualquer outra fundação mencionada, tem grande capilaridade entre os projetos de jornalismo independente, dentro e fora dos territórios latino-americanos, e também com o financiamento de eventos e outras organizações de jornalismo. A

¹⁸² Acredita-se que o Programa mencionado da Open Society tenha passado para uma reformulação. Fato é que os nativos digitais que acessam aos recursos oferecidos por essa fundação o fazem por meio do Programa para o jornalismo independente, que é mundial.

fundação foi criada pela bilionário húngaro-americano George Soros, e é conhecida como a maior financiadora do mundo de grupos e projetos independentes.

Em seu site, afirma trabalhar pela justiça, governança democrática e direitos humanos, e também pela promoção da tolerância e do debate aberto, tendo como missão construir sociedades vibrantes e inclusivas, que estejam fundamentadas no respeito aos direitos humanos, no Estado de direito e com governos responsáveis e abertos. A *Open Society* está presente em mais de 120 países e oferece recursos a diferentes temáticas e a todas as regiões do globo.

A busca de informação em seu site sobre os financiamentos de jornalismo independente na América Latina é confusa. Isso porque há informações sobre sua atuação na temática do jornalismo, na região da América Latina, bem como programas específicos, um para a região e outro para o jornalismo independente. Entre as temáticas de atuação nos territórios latino-americanos há a menção ao jornalismo independente, e a afirmação de que, na região, a *Open Society* apoia esforços para a proteção de jornalistas ameaçados de violência e que também “also seek to sustain independent investigative reporting on issues that may be overlooked by the mainstream media for political or business reasons”¹⁸³ (OPEN SOCIETY, 2020a, online). Em outra aba, onde trata da temática do jornalismo enquanto tema de interesse de seus financiamentos, há o reconhecimento de que o jornalismo independente funciona como um verificador de abusos de poder e corrupção, além de promover o debate público e o pensamento crítico nas sociedades.

Já o *Program on Independent Journalism*, o programa específico para esse jornalismo, e que não se restringe a América Latina, apoia os produtores que verificam e explicam a realidade, e que inspiram a autorreflexão e o pensamento crítico que uma sociedade aberta existe, conforme informações no site. “We support independent journalism that seeks to innovate and remain relevant, effective, and sustainable in a rapidly changing environment where information is abundant, but attention and meaningful engagement are scarce”¹⁸⁴ (OPEN SOCIETY, 2020b, online). De acordo com o orçamento de 2020 da *Open Society*, U\$\$ 2,4 milhões foram destinados ao jornalismo somente na América Latina. A única outra região que, no jornalismo, possuía um valor maior de destinação era a Eurásia, com praticamente o dobro. São escassas as informações sobre o programa, nada mais do que uma breve apresentação e

¹⁸³ “Também buscam sustentar reportagens investigativas independentes sobre questões que podem ser ignoradas pela mídia *mainstream* por razões políticas ou empresariais” (OPEN SOCIETY, 2020a, online, tradução nossa).

¹⁸⁴ “Apoiamos o jornalismo independente que busca inovar e permanecer relevante, eficaz e sustentável em um ambiente em rápida mudança, onde a informação é abundante, mas a atenção e o envolvimento significativo são escassos” (OPEN SOCIETY, 2020a, online, tradução nossa).

dados para contato, onde há um endereço em Londres, dois números de telefone e um link para um formulário de contato, como um Fale Conosco.

Fica claro que as temáticas de atuação da *Open Society*, bem como as características do jornalismo que a fundação financia, convergem com a política editorial do jornalismo independente que se estuda nessa tese. Da mesma maneira, com as temáticas de investigação, como a transparência e os direitos humanos, também são identificadas como aspectos problemáticos na América Latina. Contudo, há críticas e questionamentos em relação ao trabalho da fundação no mundo, que estão diretamente relacionados ao perfil do seu fundador.

George Soros é húngaro-americano, nasceu na Hungria e, depois de um período em Londres, mudou-se para os Estados Unidos em 1956. Empresário e megainvestidor, ele fez fortuna com a especulação financeira, ocupa a posição 162 do ranking dos mais de 2 mil bilionários em 2020, da Forbes. Soros estudou com Karl Popper, defensor da democracia liberal, e é quem teria influenciado Soros em sua concepção de sociedade aberta – que dá nome, inclusive, a sua fundação filantrópica, para a qual transferiu 80% de sua fortuna.

Uma reportagem da *BBC Brasil*, de junho de 2018, afirma que no passado Soros era visto com desconfiança por atores da esquerda, em razão da sua atuação como especulador, e que atualmente “é criticado por ativistas de direita, que o acusam de ser esquerdista e por financiar ONGs de defesa de direitos humanos” (BBC BRASIL, 2018, online)¹⁸⁵. Conforme a reportagem, George Soros criticou a dívida pública na zona do euro e prometeu auxílios generosos a quem se dispusesse a ajudar os imigrantes durante a crise dos refugiados; fez doações, por meio da *Open Society*, para a organização que tentava impedir o Reino Unido de sair da União Europeia; e em 2015 sua fundação foi banida da Rússia, com a justificativa de que representava um risco para a segurança e para a ordem constitucional. O bilionário também tem destaque por ser um dos principais doadores do Partido Democrata nos Estados Unidos, tendo apoiado as candidaturas de Barack Obama e Hillary Clinton, além de fazer duras críticas a Donald Trump.

É possível encontrar diferentes teorias na internet sobre os interesses de George Soros e movimentos que teriam sido financiados por ele, mas sem nenhuma comprovação, de movimentos migratórios a genocídio branco, conforme outra reportagem da *BBC Brasil* de 2019¹⁸⁶. Essas teorias se multiplicam especialmente nas redes sociais, e também em alguns sites, alinhados com o conservadorismo a extrema direita. O discurso predominante é de que Soros tem um projeto que promove uma revolução cultural por meio das ideologias de esquerda.

¹⁸⁵ <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-44338827>

¹⁸⁶ <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-49657144>

Um site brasileiro chamado *Estudios Nacionais*, em uma publicação de 2018, em que critica o recebimento de recursos da *Open Society* pela Abraji, faz uma afirmação que sintetiza o discurso de crítica à fundação e seu fundador: “a Open Society [...] funciona como um comitê partidário de esquerda, influenciando as mentes de jornalistas e estudantes para recrutá-los às utopias de seu messias”¹⁸⁷.

Essas afirmações, no entanto, não encontram consonância no que dizem os entrevistados da tese, que tratam com humor o tema, mesmo sem terem sido questionados. O editor geral de *La Silla Vacía* (2019), por exemplo, ao contar que a organização iniciou com uma doação da *Open Society* e que, a cada ano, é um valor que vai diminuindo, sendo que em 2020 representava uma pequena porcentagem no orçamento, afirma que há quem relacione a organização colombiana como uma filial da fundação de Soros. Já o cofundador e diretor do *Sudestada* (2020), afirma que as pessoas pensam que George Soros domina o destino do projeto uruguaio e brinca: “puede ser que sí y yo no me di cuenta”¹⁸⁸.

Fato é que, de acordo com os entrevistados, a *Open Society* nunca interferiu nas decisões editoriais, assim como também é fato que se observa um alinhamento de valores e princípios liberais, como os relacionados à *matriz* racional-iluminista. O cofundador e editor do *Sudestada* (2020) explica que os recursos que receberam da fundação deveriam ser destinados para que o projeto seguisse funcionando e para fazer melhorias, como contratar pessoal, potencializar as redes sociais, melhorar o site, etc. O entrevistado deixa claro conhecer as teorias acerca da atuação da *Open Society*, as quais chama de “telenovela de comédia”, em que se afirmam que a fundação paga a esses projetos para que publiquem determinados assuntos em detrimento de outros. E ressalta:

Open Society jamás nos puso una condición de qué publicar y do que no en Uruguay. Hemos publicado exactamente lo que tenemos ganas de publicar como un medio independiente. Jamás consultamos qué publicar y que no. [...] En caso nuestro, sinceramente, incluso con los temas políticos de acá, internos de Uruguay. Ni en el gobierno de Santiago, de izquierda, ni ese que acaba de asumir, del partido nacional. [...] Sudestada tiene una mirada de izquierda, progresista. No la ocultamos, está escrita en nuestra declaración de principios. [...] siempre hay tema de derechos humanos, siempre hay temas en favor de las minorías. [...] Pero no porque lo me diga Soros, porque a nosotros nos interesa. Me interesó toda la vida¹⁸⁹. (COFUNDADOR E DIRETOR DO SUDESTADA, 2020).

¹⁸⁷ <https://www.estudiosnacionais.com/7578/abraji-recebeu-us-350-mil-de-george-soros-e-ford-foundation-em-2016/>

¹⁸⁸ “Pode ser que sim e eu nunca me dei conta” (COFUNDADOR E DIRETOR DE SUDESTADA, 2020, tradução nossa).

¹⁸⁹ “A Open Society nunca nos colocou como condição o que publicar e o que não publicar no Uruguai. Publicamos exatamente o que queremos publicar como um meio independente. Nunca perguntamos o que publicar e o que não. [...] No nosso caso, honestamente, até com as questões políticas aqui, internas ao Uruguai. Nem no governo de Santiago, de esquerda, nem naquele que acaba de assumir, do Partido Nacional. [...]”

O entrevistado de *Sudestada* conta que é comum a equipe ser questionada nas redes sociais sobre a influência que a fundação tem sobre as investigações feitas por eles, por mais que ele afirme que não há nenhuma. Conta que um selo da *Open Society* foi colocado no site não por pedido da mesma, que nunca existiu, mas por entender que a transparência é um aspecto fundamental, principalmente para o jornalismo que praticam. O entrevistado conta que a independência editorial de *Sudestada* chegou a ser questionada por um leitor por não haver nenhuma investigação contra Soros, já que, nas palavras do leitor, ele é um corrupto, e corrupção é um dos temas de investigação da organização uruguaia.

Pode-se afirmar, portanto, que há leitores que questionam a independência desses veículos de jornalismo em razão dos possíveis interesses das fundações que fazem doação de recursos. A ex-diretora do programa de jornalismo independente da *Open Society* (2019), em entrevista a essa pesquisa, afirmou, como já se abordou, que todo fundo de financiamento tem um problema. Entre os exemplos mencionados por ela, diz que as fundações tem uma agenda própria. Questionada sobre qual era a agenda da *Open Society*, a entrevistada respondeu que a fundação, como diz seu nome, acredita em uma sociedade aberta, que a filosofia de Soros é a de que toda a sociedade tem conflitos e abusos de poder, e seguirá tendo, e que a única maneira de combater isso é com uma sociedade crítica e desperta, que defenda seus direitos. “Y nosotros sentíamos que el periodismo, en ese sentido, jugaba un papel muy importante, de mantener a la sociedad crítica, de despertar los temas de interese que importaba para la gente”¹⁹⁰ (EX-DIRETORA DO PROGRAMA DE JORNALISMO INDEPENDENTE DA OPEN SOCIETY, 2020).

O *Program on Independent Journalism*, como se viu, financia jornalismo independente em diferentes países. A ex-diretora (2019) explica que se buscava investigar dois aspectos, para decidir se faziam ou não a doação: primeiro se o projeto era de fato independente e, segundo, se preenchiam alguma carência de informação do país em que estavam inseridos, como por exemplo, trabalharem com jornalismo de dados, quando nenhum outro trabalhava, ou com *fact-checking*, etc. De acordo com a entrevistada o programa se via como uma força que ajudava na inovação, que impulsionava experimentos jornalísticos. Além de recursos financeiros, o

Sudestada tem um olhar de esquerda, progressista. Não escondemos, está escrito na nossa declaração de princípios. [...] sempre tem uma questão de direitos humanos, sempre tem uma questão a favor das minorias. [...] Mas não porque o Soros me diz, porque a gente se preocupa. Estive interessado durante toda a minha vida” (COFUNDADOR E DIRETOR DE SUDESTADA, 2020, tradução nossa).

¹⁹⁰ “E nós sentíamos que o jornalismo, nesse sentido, cumpria um papel muito importante, de manter a sociedade crítica, de despertar para os temas de interesse, que importa para as pessoas” (EX-DIRETORA DO PROGRAMA DE JORNALISMO INDEPENDENTE DA OPEN SOCIETY, 2020, tradução nossa).

programa também realizava *workshops*, em que reuniam especialistas com produtores de jornalismo independente de diferentes partes do mundo, e proporcionavam espaços de trocas de informação entre os pares. De acordo com a ex-diretora (2019), o programa não possuía tema, agenda e tampouco dizia aos veículos quais temas investigar e quais não.

Evidentemente não há como afirmar qual o interesse da *Open Society* ou de qualquer outra organização aqui mencionada em financiar o jornalismo independente, especificamente nos territórios latino-americanos. É necessário, no entanto, ter presente esses questionamentos e uma visão crítica do processo. É preciso reconhecer, também, que a cooperação internacional tem sido a forma encontrada por esses jornalistas para praticarem um jornalismo que julgam independente, sem amarras com o poder econômico e político instituído. Retoma-se as afirmações de Karppinen e Moe (2016) e de Bennet (2015), para reforçar que a independência é um valor relacional, e nunca absoluto.

Assim, tendo em vista a integralidade de processo produtivo, a partir dos Estudos Culturais, cabe resgatar os aspectos vistos no momento anterior, o da cultura, e como isso se reflete aqui, no financiamento do jornalismo independente enquanto uma condição de produção. A formação dos territórios, como se viu, pressupõe relações de poder, de um poder simbólico, muitas vezes sutil. E na tentativa de compreender o fenômeno do jornalismo independente nos territórios latino-americanos, as fundações internacionais, como a *Open Society*, precisam ser consideradas enquanto agentes nessas disputas de poder. Mais que isso, precisam ser vistas como uma força exógena aos territórios, e suas doações, como verticalidades que, de alguma maneira, interferem na dinâmica e nas relações desse espaço-tempo.

E enquanto parte dessas relações de poder, observa-se uma aproximação do papel desempenhado pelas fundações e o desenvolvimento socioespacial latino-americano. Ocorre que, como se pode observar, boa parte dessas fundações financiadoras, se não todas, tem origem nos Estados Unidos e na Europa, reforçando uma dependência desses territórios dos países ditos centrais e/ou desenvolvidos. Vale lembrar que a história de desenvolvimento da América Latina é marcada pela condição de subalternidade, primeiro no período de colonização europeia e, posteriormente do imperialismo norte-americano e do sistema capitalista mundial. Os próprios programas de desenvolvimento na América Latina, em meados dos anos 1950, tem origem nesses países, em seus governos e suas organizações, em um modelo *top-down*, que tinha na comunicação e no jornalismo seus instrumentos de difusão.

O jornalismo independente, portanto, ao se inserir e se constituir nos territórios latino-americanos, se libera dos anunciantes e suas pressões, mas, para garantir uma sustentabilidade financeira, que por sua vez possa garantir sua autonomia editorial e demais valores e princípios,

passa a depender dessas fundações – em maior ou menor porcentagem – inseridas no norte global, reforçando uma relação de dependência histórica desses territórios com o hemisfério norte.

Pode-se afirmar que, assim como ocorreu com a constituição do jornalismo tradicional como se conhece hoje, o jornalismo independente é resultado de um processo histórico-cultural, no espaço-tempo, e também por condições de produção que vão delimitando sua *forma*. Seu desenvolvimento nos territórios latino-americanos, intui-se com o que se discutiu até aqui, guarda relação com particularidades dessa região, que se resumem em suas desigualdades sociais, que acabam por impulsionar o empreendedorismo nos moldes capitalistas e pós-fordistas, até a necessidade de preencher lacunas informativas deixadas pelos veículos tradicionais de temáticas que são centrais na América Latina. É possível afirmar também que busca nas redes de apoio e nas maneiras de se financiar a manutenção de seus princípios como a liberdade, a autonomia, e a defesa dos direitos humanos e da democracia, bem como a busca da consolidação de seu compromisso com as causas coletivas e sociais.

6 A PRÁTICA DO JORNALISMO INDEPENDENTE

Al final del día, te acuestas en tu cama y dices: bueno, hoy no hay algo por lo que yo me sienta mal, ni siento que manipulé la información, ni nada. [...] hizo un buen artículo, saqué una información valiosa para la gente, para la gente que sabe de esto, y que puede tener un impacto. Y eso es bueno. [...] uno se acostumbra a las lógicas de los medios independientes, a la libertad, a la profundidad, a nadar solo por la información, eso implica, que en el día que te acabe el trabajo por alguna razón, y tengas que ir a otro medio tradicional, sea muy difícil acoplarse. (JORNALISTA DE LA SILLA VACÍA, 2019, em entrevista a esta tese).

Os jornalistas empreendedores são os profissionais que, desde os anos 2000, têm criado na América Latina as organizações de jornalismo independente estudadas por essa tese, e que têm sua produção estudada nesse capítulo. As condições de produção, tratadas no Capítulo 5, bem como as particularidades dos territórios em que estão inseridos (Capítulo 3), as relações de poder que se evidenciam nesses dois momentos e as matrizes culturais acionadas, repercutem em um jeito de fazer, em uma produção que, por sua vez, entrega à audiência um determinado conteúdo, ou produto.

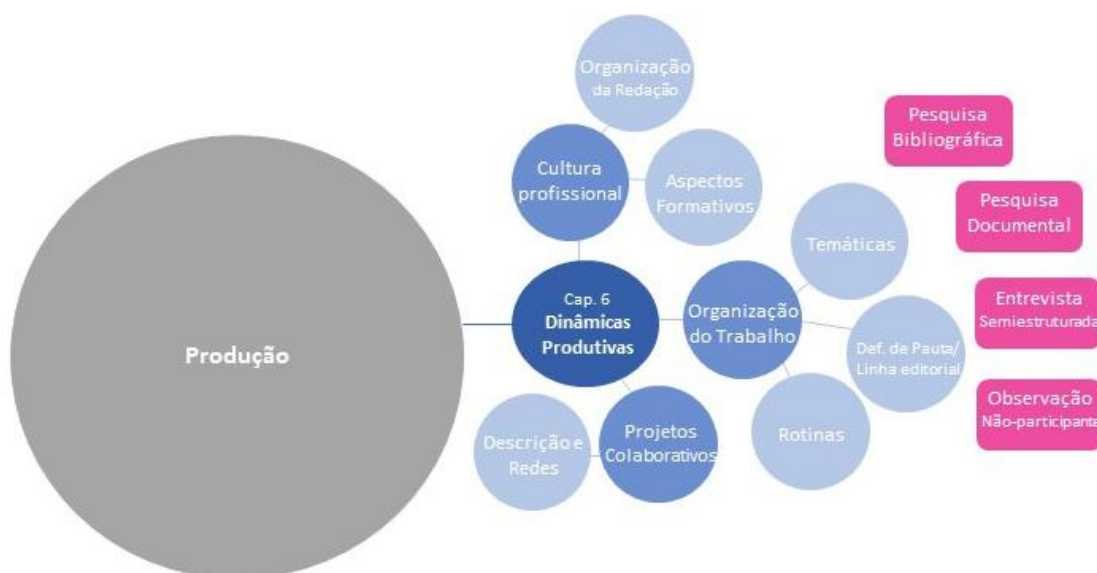
A partir da perspectiva dos Estudos Culturais, percebe-se que o jornalismo está em permanente resignificação de sua forma, através de condicionantes econômicos, sociais, políticos, ambientais e culturais, a depender da dinâmica territorial de onde está inserido. Reconfigura-se, principalmente, como visto nas condições de produção, pelas transformações socioculturais, avanços tecnológicos e demandas das audiências, e isso inclui o jornalismo tradicional, o alternativo, o independente, o comunitário, e todas os seus outros formatos.

Essa reinvenção, cabe ressaltar, se dá em uma dinâmica que permite a manutenção de valores fundantes ao jornalismo, como o compromisso com a verdade e a autonomia, que precisam estar, cada vez mais, em diálogo com a sociedade que o consome. Isso, inclusive, explica a dificuldade em categorizar o jornalismo independente, como discutido anteriormente, uma dificuldade que também pode ser evidenciada quando se olha mais atentamente a outros formatos, como o tradicional e o alternativo, por sua dinamicidade.

No tocante à produção, vale-se das categorias de análise propostas pelo *newsmaking*, de forma a organizar a análise sobre a prática e experimentação no jornalismo independente. No *newsmaking*, a saber, se estuda e analisa “as lógicas dos processos pelos quais a comunicação de massa é produzida e o tipo de organização do trabalho dentro da qual se efetua a construção das mensagens” (WOLF, 2009, p. 179). Para o *newsmaking*, esse processo de produção é decisivo para o resultado que se tem no produto acabado, convergindo com o protocolo teórico-metodológico adotado nessa pesquisa, o circuito da cultura (JOHNSON, 2010) no qual os

momentos do circuito integram um processo encadeado em que, implica, entre outros, que o momento da produção influencie na forma do produto (Figura 11). Faz-se uso da pesquisa bibliográfica e documental, entrevista semiestruturada e observação não-participante.

Figura 11 – Esquema metodológico do Capítulo 6



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

O *newsmaking* foi elaborado a partir de um contexto e para o estudo do jornalismo feito em mídias massivas. Essa pesquisa se vale da concepção de produção jornalística dessa teoria, orientando o olhar da pesquisa para o momento da produção. O *newsmaking*, assim, auxilia o pesquisador a olhar para o fazer jornalístico, muito relacionado, como se verá, ao conceito de noticiabilidade, aos fatores organizativos e estruturais das redações (WOLF, 2009).

6.1 Dinâmicas produtivas e as particularidades latino-americanas

O momento da produção, no circuito da cultura, diz respeito à elaboração da mensagem (HALL, 2003), e/ou elaboração do produto, dotado de mensagem. Johnson (2010), em seu texto sobre o diagrama, não se detém a esse momento, limitando-se a discorrer sobre as condições de produção. Cabe lembrar que na proposta original do autor, o momento produção é regido pelas condições de produção, que por sua vez, não constituem um momento do circuito, como considera esta tese, que introduz ao protocolo metodológico original o momento específico da produção para melhor estudá-lo.

Com marcas das culturas vividas, das *matrizes culturais*, e das territorialidades, a produção é guiada pelas condições de produção e também se constitui no movimento entre as vidas privadas e as representações públicas, em um jogo de poder, entre o que é universal, a cultura, e o particular, a política editorial de cada uma das organizações jornalísticas e suas dinâmicas produtivas internas.

Explora-se, descreve-se e analisa-se a produção do jornalismo independente latino-americano a partir dos casos das organizações entrevistadas. Para tal, ancora-se nos postulados do *newsmaking*, uma “tentativa em nível empírico para descrever as práticas comunicativas que geram as formas textuais recebidas pelos destinatários” (WOLF, 2009, p. 252). Para tanto, é comum o uso da observação participante, bem como a coleta de dados, também, por conversas informais ou entrevistas semiestruturadas, técnicas utilizadas para esse momento, nesta pesquisa.

Conforme Wolf (2009) são dois os principais aspectos a serem vistos com atenção, enquanto organizadores da análise deste capítulo: 1) a cultura profissional e 2) a organização do trabalho e dos processos produtivos. O primeiro diz respeito a um conjunto de retóricas, táticas, códigos, estereótipos, tipificações, representações de papéis, rituais e convenções, e o segundo está relacionado ao conceito de noticiabilidade, legitimando o processo produtivo (VIZEU, 2007). Elástica e dinâmica, a noticiabilidade está presente ao longo da rotina produtiva, dividida em três fases: a recolha, a seleção e apresentação de um acontecimento (WOLF, 2009). O processo de produção jornalística, visto por esse viés, identifica “as características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais” (SILVA, 2005, p. 2).

Esses preceitos, portanto, orientam a abordagem dessa seção, especialmente em relação à cultura profissional e à organização do trabalho. Faz-se a ressalva de que, dado o volume de trabalho no percurso do circuito produtivo do jornalismo independente, não se adentra em todos os aspectos da cultura profissional e da organização do trabalho. O que se faz é destacar algumas questões mais gerais de formação e percursos dos profissionais desse jornalismo independente e a repercussão disso em seus projetos e organizações.

Para tal, referente ao primeiro aspecto, cultura profissional, aborda-se a organização da redação, e nela onde a redação funciona, a constituição da equipe, com suas hierarquias e representações de papéis, os aspectos formativos dessas equipes, que acabam por instituir convenções produtivas; e a delimitação das temáticas noticiadas, que definem, de alguma

maneira, quais assuntos são noticiáveis e quais não, e ainda o tocante ao arranjo produtivo, na definição de pautas, relacionamento com as fontes, autonomia editorial e projetos colaborativos, no tocante à organização do trabalho e dos processos produtivos. Além disso, é preciso destacar que o conjunto de aspectos que compõem a cultura profissional já foram sendo trazidos nos capítulos anteriores, como na fala dos entrevistados, nas análises documentais, nas quais se foi desvelando os princípios que orientam o jornalismo independente, bem como na maneira como esses jornalistas veem o jornalismo tradicional e seu papel na sociedade.

Na coleta de dados, utilizou-se as técnicas de pesquisa documental, em notícias e informações nos sites das organizações, e também uma observação não-participante junto à *La Silla Vacía*, além de uma constante observação assistemática do trabalho dessas equipes. Contudo, prioriza-se as entrevistas semiestruturadas, uma vez que a categoria de jornalismo independente, como se viu, é cunhada pelos próprios jornalistas, e, portanto, para compreender o fenômeno, se faz fundamental escutá-los.

6.1.1 Cultura profissional

Diante do objetivo dessa pesquisa em compreender a formação do jornalismo independente nos territórios latino-americanos, e também de, neste momento da tese, pontualmente, compreender a cultura profissional das organizações, o que perpassa a organização de suas redações, faz-se necessário localizar, geograficamente, suas sedes. Das oito experiências de jornalismo independente selecionadas para essa tese, todas estão sediadas em grandes centros urbanos: a *Agência Pública* tem sua redação em São Paulo; *Sudestada*, ainda que não tenha sede física, trabalha desde Montevideú; *Chequeado* está sediado em Buenos Aires; *GK.city*, em seus primeiros anos, tinha sua redação em Guaiquil, depois mudou-se para Quito; *La Silla Vacía* também tem sua redação na capital do seu país, em Bogotá; da mesma forma *Nómada*, que está na Cidade de Guatemala e *Animal Político*, na Cidade do México; *Contra Corriente*, por sua vez, tem sua equipe dividida entre as duas maiores cidades de Honduras, San Pedro de Sula e a capital, Tegucigalpa.

Essa sucinta identificação reforça uma das principais características apontadas pela *Agência Pública*, ao mapear o jornalismo independente no Brasil, que identificou que a maioria dessas experiências independentes estão concentradas nos grandes centros – no caso brasileiro, especificamente, em São Paulo. Quando fora de São Paulo, estão sediadas principalmente nas capitais brasileiras, evidenciando um padrão de dispersão territorial dessas organizações que a partir dos principais centros urbanos produz e faz circular seu discurso. É preciso fazer a

ressalva, no entanto, de que o mapeamento também identifica iniciativas nas periferias, como o *Nós, Mulheres da Periferia*, *Vaidapé*, *Periferia em Movimento* e *Agência de Notícias da Favela*, projetos nascidos e situados na periferia, mas também concentrados no centro do país, em São Paulo e Rio de Janeiro. Essa centralidade urbana também se identifica nas organizações de jornalismo independente latino-americanas entrevistadas para essa pesquisa. O jornalismo independente, portanto, de maneira geral, é produzido a partir de determinado espaço-tempo-vivido, marcado pela urbanização e por tempos acelerados.

Há, como se viu até aqui, um discurso, por parte dos produtores de jornalismo independente, de diferenciação. Um processo que se dá como qualquer outro de reconhecimento identitário, na diferença com outro. Nesse caso, *o outro* é o jornalismo tradicional. Ocorre que quando visto no detalhe, há características que se repetem em um e noutro, como a *matriz cultural* que acionam, a racional-iluminista, e como é o caso do padrão centro-urbano, e isso é um elemento que forma a cultura profissional. Observa-se que, assim como as indústrias culturais tradicionais, que tem entre suas principais características o fato de estarem inseridas nos centros urbanos dos territórios latino-americanos (BECERRA, 2014), o mesmo ocorre com as organizações de jornalismo independente. Trata-se de um processo compreensível, uma vez que sob o aspecto produtivo, os insumos estão concentrados nestes centros (mão de obra qualificada, serviços de apoio, mercado de consumo). Contudo, isso reforça a lógica produtiva tradicional e repercute na cultura profissional e, por consequência, no produto (que pode ter pautas e angulação a partir do urbano/metropolitano, e também pode ter mais visibilidade e consumo nestes lugares, etc).

Evidentemente que se há semelhanças também há diferenças, mas esse é um ponto importante na abordagem dessa pesquisa, ao olhar para essa *forma* cultural pelo circuito da cultura e pelo campo do desenvolvimento regional. Isso implica em um reconhecimento de que a produção desse jornalismo independente é permeada, também, por uma cultura, por territorialidades, espacialidades e temporalidades que são essencialmente urbanas e centrais, do ponto de vista da dinâmica econômica dos territórios.

A produção desse jornalismo independente se dá pelo trabalho de equipes que variam em tamanho e constituição. *SembraMedia* (2017) destacou em sua pesquisa a forte presença de mulheres nas equipes, algo já reconhecido também nessa tese, e uma média de 13 funcionários por organização. Robinson, Grennan, Schiffrin (2015) também identificaram, ao pesquisar o jornalismo independente em diferentes países do mundo, que uma das características é a redação com poucos profissionais. Entre os entrevistados para essa tese, conforme o Quadro 7,

o tamanho das equipes varia de 4 a 34 colaboradores, considerando o quadro de funcionários fixos, descritos em seus sites.

Quadro 7 – Equipes

| Organizações | Quantidade de membros na equipe |
|------------------------------------|--|
| Agência Pública (Brasil) | 31 |
| Animal Político (México) | 26 |
| Chequeado (Argentina) | 23 |
| Contra Corriente (Honduras) | 10 |
| GK.city (Equador) | 20 |
| La Silla Vacía (Colômbia) | 35 |
| Nómada (Guatemala) | 20 |
| Sudestada (Uruguai) | 4 |

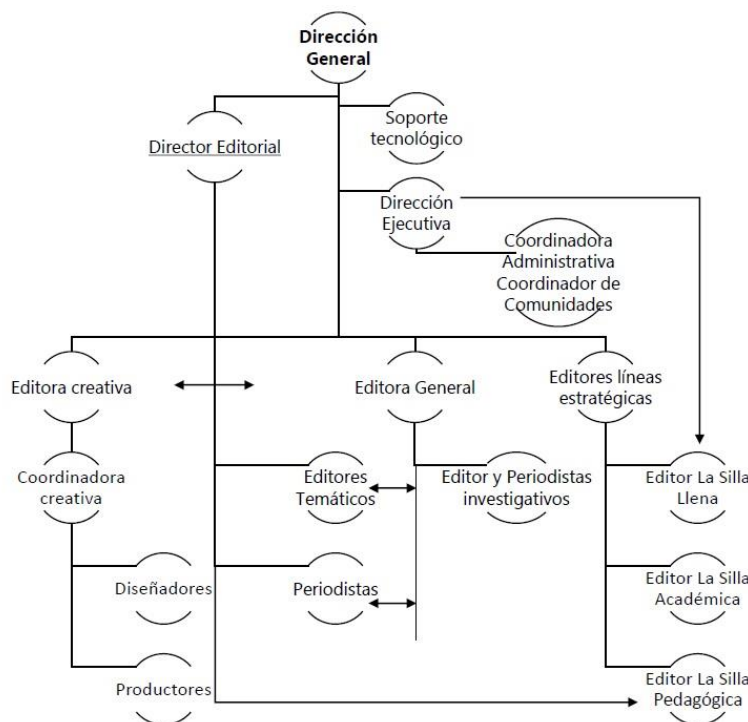
Fonte: Elaborado pela autora a partir das informações disponibilizadas nos sites das organizações em setembro de 2020.

Além desses profissionais, essas oito organizações contam ainda com *freelancers*, colaboradores em áreas específicas, como ocorre com *Chequeado* nas áreas de ilustração, desenvolvimento e assessoria de tecnologia, ou como *Contra Corriente*, que tem uma das menores equipes entre os entrevistados, mas possui 15 colaboradores na produção de seus textos. Outros, como *Sudestada*, dispõem do trabalho de voluntários. De maneira geral, o tamanho das redações se equipara ao das redações de pequenos veículos de comunicação tradicionais.

A *Agência Pública* possui uma representação de papéis (VIZEU, 2007) diversificada entre os membros de sua equipe, com diretores, editores, repórteres, revisores, administrativos, além de profissionais específicos para o audiovisual, dados e *design*, *podcast*, comunicação, redes sociais digitais e desenvolvimento. *Animal Político* possui diretores, editores, repórteres e colaboradores destacados para vídeo, audiências, ilustração e programação. *Chequeado*, da mesma maneira, conta com diretores, coordenadores, redatores, programador, administrativo e uma pessoa encarregada da cooperação internacional. Em *Contra Corriente* há uma diretora, um fotógrafo e os demais são repórteres. E em *GK.city* o padrão se repete, com diretores, editores, repórteres, profissional de vídeo e fotografia e ilustradores e desenhadores gráficos. Cabe ressaltar que entre os diretores de *GK.city*, há os responsáveis por questões administrativas, comerciais, financeiras, de audiência e de tecnologia. Já a equipe de *Nómada* se configura, de acordo com seu site, em subeditores, repórteres, fotógrafo e desenhador. Em *Sudestada*, não há essa distinção: há os três jornalistas que fundaram o projeto e outro jornalista,

que tem como função principal buscar fontes de ingresso. Por fim, em *La Silla Vacía*, houve uma reestruturação da redação no início de 2020, contando com diretores, editores, coordenadores, produtora criativa, repórteres e desenhadora, conforme a Figura 12.

Figura 12 – Estrutura da equipe da La Silla Vacía



Fonte: Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/461478614/Nueva-estrategia-La-Silla-Vacia>.

A Figura 12 ilustra um modelo que se identifica na maioria das organizações de jornalismo independente entrevistadas, qual seja, da manutenção de uma estrutura verticalizada, que vai de diretores a editores, repórteres e demais áreas, como administrativa e visual, nos mesmos moldes das redações de jornalismo tradicional. Outro aspecto do jornalismo tradicional que parece se repetir na estruturação das equipes do jornalismo independente, e é característica de um regime pós-fordista (FONSECA, 2005), com o acúmulo de funções seguido do perfil do jornalista multitarefa. Na *Agência Pública*, por exemplo, há diretores que também são editores e que ainda atuam como repórter – para mencionar apenas algumas funções. De maneira geral, observa-se que a maioria, independentemente de suas funções, invariavelmente acaba atuando como repórteres.

Na prática, principalmente nas equipes menores, um mesmo jornalista, pode, ainda, desenvolver funções administrativas e financeiras. No jornalismo pós-fordista caracterizado por Fonseca no impresso, no início dos anos 2000, esse profissional multitarefa tinha mais a ver com o domínio de linguagens e plataformas. Na contemporaneidade, com a naturalização do

webjornalismo, e com uma racionalidade produtiva cada vez mais acirrada, esse profissional multitarefa vai ganhando outros contornos.

SembraMedia (2017) identificou em sua pesquisa que nas equipes de jornalismo independente investigadas, mais de 50% eram jornalistas por formação. Apesar de serem maioria, chama atenção que a minoria que não estudou jornalismo ainda constitui uma grande porcentagem, sendo de 47%, de acordo com os resultados alcançados por *SembraMedia*. E nesse sentido, o caso colombiano de *La Silla Vacía* é mais uma vez ilustrativo.

A fundadora e editora de *La Silla Vacía* (2018), em entrevista, conta que quando a organização ainda era um projeto, recebeu como conselho de uma cronista mexicana que não contratasse jornalistas, mas sim os melhores estudantes de direito, ciências políticas e áreas afins. Em outra entrevista, anos antes, em 2010, a fundadora e editora de *La Silla Vacía* afirmou que não contratava para a sua equipe nenhum comunicador social, pois entendia que o jornalismo é um ofício que se aprende na prática, mas que o conteúdo e a compreensão do contexto político, eram esses cursos superiores, principalmente na área das ciências humanas, que davam. Pelo que se pode observar no período em que se esteve na Colômbia é que essa regra já não se aplica mais. A repórter da *La Silla Vacía* entrevistada para essa tese, por exemplo, tem formação em jornalismo. No entanto, dez anos depois dessa declaração, *La Silla Vacía* contrata, principalmente, jovens que estudaram cursos como direito, história e ciências políticas¹⁹¹.

Essa estratégia é, em alguma medida, compreensível por três aspectos: o primeiro deles diz respeito à formação e ao início dessas organizações que, na maioria das vezes são fundadas por jornalistas experientes, com capacidade técnica para treinar e moldar a equipe a partir da concepção e objetivos do jornalismo que se propõem a praticar; e o segundo aspecto tem relação aos eixos de investigação jornalística, relacionados à política e aos direitos humanos, e o terceiro diz respeito à formação tradicional dos jornalistas nas universidades que, como se viu no Capítulo 5, não dá conta de formar profissionais para projetos independentes, no que diz respeito à uma prática profissional menos comprometida com os poderes.

Infere-se, portanto, que o aspecto formativo das equipes de jornalismo independente auxilia a estabelecer convenções e códigos profissionais, entre seus produtores. Historicamente as redações de jornalismo realizam projetos de formação de jornalistas, como por exemplo, o Programa de Treinamento em Jornalismo Diário da Folha de São Paulo, ainda em vigor, ou o

¹⁹¹ Informação postada pela conta do Instagram de @lasillavaciaoficial, em 9 de julho de 2020, salvas em destaque como “Nosotros”. Disponível em: <<https://instagram.com/lasillavaciaoficial?igshid=17yaep9ktq7hj>>. Acesso em: 9 jul. 2020.

Primeira Pauta, do jornal Zero Hora. Esses processos formativos, no caso específico do jornalismo independente, podem se dar de diversas maneiras, e não apenas com um processo de aprendizagem interno nas redações, como foi o caso mencionado de *La Silla Vacía*, um processo para o qual a organização dá o nome de *curva de aprendizagem*. Como se viu, no Capítulo 5, organizações como *SembraMedia* e *Fundación Gabo*, com seus cursos e eventos, também cumprem um papel formativo, auxiliando a estabelecer códigos e convenções para o jornalismo independente, que estarão presentes em suas práticas produtivas. A cofundadora e codiretora da *Agência Pública* (2019) contou, por exemplo, que ela e uma outra jornalista brasileira, fundadora da *Agência Lupa*¹⁹², aprenderam as técnicas do *fact-checking* por meio de oficinas da *Fundación Gabo*¹⁹³.

Também não é incomum a promoção de cursos por parte do próprio jornalismo independente, como fonte de ingresso financeiro, conforme o Quadro 4, no Capítulo 5. Para além de uma fonte de ingresso, os cursos, capacitações e assistências, disseminam, de alguma maneira, uma concepção de jornalismo e *modus operandi*, que pode promover uma nova geração de organizações de jornalismo independente, assim como também pode caçar talentos para suas próprias redações, identificando um perfil que se adeque a sua cultura profissional e organização de trabalho.

O caso da *Agência Pública* é elucidativo. Em sua missão, explícita, além da produção do jornalismo investigativo, o fomento ao jornalismo independente na América Latina. De acordo com informações do seu site, o faz por meio de um programa de fomento ao jornalismo independente, em que realizam mentorias para jornalistas, concurso de microbolsas de reportagem, eventos de discussão sobre jornalismo e programas de apoio a projetos inovadores.

O concurso de microbolsas de reportagem, em julho de 2020, chegou a sua 12ª edição. Esse concurso teve sua primeira edição em 2012, a partir do objetivo da *Agência Pública* em incentivar e estimular o jornalismo de investigação, “com o foco específico nos repórteres que pretendem produzir jornalismo investigativo independente, inovador e em sintonia com as discussões mais relevantes para a população”. O tema da 12ª edição foi a mineração, em uma parceria com o Comitê Nacional em Defesa dos Territórios Frente à Mineração. Não fica claro como se estabelece essa parceria, mas intui-se que seja no financiamento das bolsas. O prêmio

¹⁹² Primeira agência de notícias do Brasil especializada em fact-checking. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>.

¹⁹³ A Agência Pública foi pioneira no fact-checking no Brasil, com o projeto *Truco*, em 2014, que teve duração de quatro anos. Encerrou em dezembro de 2018 (<https://apublica.org/cheragem/>). A Agência Lupa e a Aos Fatos, outros dois projetos reconhecidos no Brasil por suas checagens, iniciaram em 2015.

do concurso, são as chamadas microbolsas, quatro no total, no valor de R\$ 7 mil, para a produção das reportagens investigativas propostas.

Para concorrer, jornalistas inscrevem projetos de reportagens investigativas dentro do tema proposto pela *Agência Pública*, onde devem detalhar a proposta de pauta, que deve ser inédita, uma pesquisa inicial, o contexto e possíveis fontes, e um plano de trabalho e de orçamento. Além do prêmio em dinheiro, a ser usado para os custos da produção da reportagem, bem como para o pagamento do repórter, os jornalistas contemplados contarão com um apoio editorial da *Agência Pública*, com reuniões de planejamento e acompanhamento regular por parte dos editores da organização. As reportagens, quando prontas, podem ser editadas, ainda, pela organização, são revisadas pelo departamento jurídico, e publicadas no site da *Agência Pública* e em seus republicadores. Ao longo das 12 edições, temas como maconha, fome, operação Lava Jato, violência policial, criança e água e mobilidade, já foram investigados.

Já a *Ponte*¹⁹⁴ é um exemplo de projeto incubado pela *Agência Pública*, o primeiro, aliás. Lançado em 2014, trata-se de um canal de jornalismo independente e investigativo, focado em segurança pública, direitos humanos e justiça. Durante os primeiros seis meses da *Ponte*, sua redação esteve junto da redação da *Agência Pública*, que proporcionou apoio editorial, computadores e espaço físico (KNIGHT CENTER, 2019). De acordo com matéria vinculada à época, o papel da *Agência Pública* nesse projeto, foi o de estruturar a *Ponte* do ponto de vista institucional, “contribuindo com experiência acumulada, [...] tanto do ponto de vista da investigação desses temas [...] como da criação de mais um polo de jornalismo independente, tendo os repórteres como protagonistas” (AGÊNCIA PÚBLICA, 2014).

Um ano antes de sua criação, um dos fundadores da *Ponte* já tinha passado pela redação da *Agência Pública*, já tendo tido contato, portanto, com seus códigos e convenções produtivas. O jornalista foi contemplado em 2013 com uma das microbolsas concedidas pela organização no marco de um outro projeto, já encerrado, chamado *Reportagem Pública*, no qual, a partir de um financiamento coletivo junto aos seus leitores, a *Agência Pública* concedeu 10 microbolsas no valor de R\$ 6 mil (BITAR, 2018). O jornalista foi o responsável pela reportagem *Guerra à Periferia*¹⁹⁵, publicada em maio de 2014.

Fundada por um coletivo de 16 pessoas, a *Ponte*, que nasce incubada pela *Agência Pública*, dá origem, ainda, a um outro projeto, o *Jornalistas Livres*, criado por um grupo de profissionais que, originalmente eram da *Ponte*, mas que por uma série de divergências internas com relação à proposta de uma agenda política, romperam com o grupo original e deram início

¹⁹⁴ <https://ponte.org/>

¹⁹⁵ <https://apublica.org/2014/05/guerra-a-periferia/>

ao *Jornalistas Livres*¹⁹⁶, um coletivo de jornalismo conhecido por sua iniciativa mais militante e ativista em relação à política (BITAR, 2018).

Esses processos não são exclusivos na produção de *La Silla Vacía* e *Agência Pública* entre os entrevistados. *Chequeado*, por exemplo, enquanto a primeira organização a praticar *fact-checking* nos territórios latino-americanos, desde a Argentina, compartilha seu *know-how* e presta assistência sobre essa técnica a mais de 20 organizações, em 14 países da América Latina, o que também constitui uma formação e um compartilhamento de cultura organizacional. Entre os assessorados estão os colombianos *ColombiaCheck* e *La Silla Vacía*, os brasileiros *Agência Lupa*, *Aos fatos* e *Agência Pública*, o mexicano *Animal Político*, os chilenos *Chile Check* e *Espacio Publico*, o peruano *Ojo Publico*, entre outros. *Chequeado*, inclusive, possui o que chamam de projeto educativo *Chequeador*, uma plataforma que oferece cursos online de *fact-checking* e dados.

Esses processos formativos, tratam-se, num primeiro olhar, de uma nova roupagem para os programas de treinamentos que sempre existiram, tanto na mídia tradicional, quanto na alternativa e militante, sendo mais um recurso discursivo de auto diferenciação adotado pelo jornalismo independente. Na prática, constituem um dispositivo de disciplinamento, em que são compartilhados referências e valores (BIROLI, 2007). Mas, principalmente, para além de estabelecerem uma cultura profissional (WOLF, 2009) dentro e fora das organizações de jornalismo independente, dizem respeito a como está organizada a sua produção, momento do circuito da cultura (JOHNSON, 2010) aqui analisado. Ao identificar, nos dois casos mencionados, especialmente, um período de *curva de aprendizagem* e oferta de microbolsas para a produção de reportagens investigativas, é do processo produtivo dessas organizações que está se tratando. Há, assim, em seus processos produtivos, uma formação nos seus moldes e padrões, bem como a garantia de um maior volume de produção do que sua equipe fixa seria capaz, por meio de colaboradores externos, como os bolsistas mencionados, por exemplo.

6.1.2 Organização do trabalho e dos processos produtivos

No que diz respeito à organização do trabalho e os processos produtivos (WOLF, 2009), tem-se no jornalismo independente a delimitação de temáticas a serem trabalhadas, relacionadas à concepção de noticiabilidade dessas organizações. Ao observar os mapeamentos da *Agência Pública* ou de *SembraMedia*, identifica-se que há uma pluralidade de temas, que

¹⁹⁶ <https://jornalistaslivres.org/>

vão desde abordagens mais generalistas e factuais, a projetos que se focam em cultura, esportes, música, e/ou arte, por exemplo. No entanto, há uma linha temática que prevalece. De acordo com os dados do diretório de *SembraMedia*, que permite realizar uma busca desses nativos digitais por tipo de conteúdo, mais de 50% deles se dedicam a investigar temáticas relacionadas à sociedade e à direitos humanos, uma categoria que engloba questões de gênero, população indígena, racismo e refugiados. Na mesma proporção há projetos que se dedicam à política, e cerca de 25% à temas judiciais e policiais, como a corrupção, e a mesma porcentagem investiga meio ambiente. O interesse, e até compromisso, com essas temáticas remetem aos valores dos direitos humanos, da igualdade e da democracia de uma *matriz cultural*, como se viu, racional-iluminista.

Essa é uma característica da primeira geração de jornalismo independente na América Latina, e que também se pode observar nas experiências mais recentes. Traquina (2005), ao abordar o aspecto da noticiabilidade na produção jornalística, afirma que o jornalismo possui um ritmo de trabalho que exige uma produção que dê ênfase aos acontecimentos, e não às problemáticas. Contudo, o que se observa, já a partir da delimitação das temáticas do jornalismo independente, é justamente o oposto: uma preocupação com a problemática. Entre os entrevistados isso é unânime, como evidencia o Quadro 8.

Quadro 8 – Eixos investigativos

| Organizações | Temáticas |
|------------------------------------|--|
| Agência Pública (Brasil) | <ul style="list-style-type: none"> • Administração pública, incluindo todos os níveis de governo e as casas legislativas; • Impactos sociais e ambientais de empresas, suas práticas de corrupção e antitransparência; • O poder judiciário, sua eficácia, transparência e equidade; • Violência contra a população vulnerável no campo e na cidade. |
| Animal Político (México) | <ul style="list-style-type: none"> • Corrupção; • Insegurança; • Desigualdade; • Discriminação; • Violência de gênero. |
| Chequeado (Argentina) | <ul style="list-style-type: none"> • Verificação do discurso público |
| Contra Corriente (Honduras) | <ul style="list-style-type: none"> • Direitos humanos; • Direitos sexuais e reprodutivos; • Estruturas de poder; |

| | |
|----------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Violência e juventude; • Meio ambiente; • Migração. |
| GK.city (Equador) | <ul style="list-style-type: none"> • Direitos humanos, com forte ênfase em gênero; • Meio ambiente; • Transparência. |
| La Silla Vacía (Colômbia) | <ul style="list-style-type: none"> • Atualidade política colombiana • Poder na Colômbia: institucional, regional, cidadão, empresarial, econômico, dos veículos de comunicação. • Implementação do acordo de paz; • Conflitos ambientais; • Corrupção pública e política; • Conjunturas e crises de impacto geral. |
| Nómada (Guatemala) | <ul style="list-style-type: none"> • Política; • Corrupção; • Questões sociais urbanas e rurais; • Identidade; • Direitos das mulheres |
| Sudestada (Uruguai) | <ul style="list-style-type: none"> • Direitos humanos; • Política; • Corrupção; • Meio ambiente; • Ditadura |

Fonte: Elaborado pela autora a partir das informações disponibilizadas nos sites das organizações em julho de 2020.

Os eixos apresentados no Quadro 8 constituem delimitadores da produção jornalística nessas organizações, mas, ao mesmo tempo, cada um deles abriga uma diversidade de desdobramentos, e aciona *matrizes culturais*. Essas possibilidades de desdobramentos são mais evidentes no exemplo de *La Silla Vacía*, que tem como objetivo investigar o poder na Colômbia. Contudo, o poder, suas relações e dinâmicas possibilitam inúmeros desdobramentos, muitos deles discriminados, já, no Quadro 8. A fala da editora geral de *Animal Político* (2020), também é ilustrativa nesse sentido.

[...] los pilares de temas informativos han sido desde violencia, una cobertura de la violencia desde las víctimas, desde los derechos humanos, desde testimonios de cómo afecta la violencia a las personas, y con seguimiento a la política, a las políticas de seguridad, y de cómo afectan la vida de la gente. Otro tema es de corrupción, pues en distintos niveles de gobierno; desigualdad, y aquí estamos hablando, pues, de la brecha que existe entre pobres y ricos, pero también, por ejemplo, desigualdad, que enfrentan diversos grupos, como comunidades LGBT, niños, mujeres, etc. Ahí entran temas de género, que también son de los grandes temas de *Animal* [Político]. Y transparencia y rendición de cuentas. Somos un medio que sigue mucho el uso de los recursos públicos, cómo se gasta, en qué se gasta, y cómo se reporta. Transparencia también entendida como qué nos ocultan de información que nos da el gobierno. Pues

pensando que también esto de información de interese público y que permite al ciudadano hacer parte de un estado democrático.¹⁹⁷

Sobressai nas temáticas a questão dos direitos humanos e de uma vigilância à democracia, dois aspectos frágeis nos territórios latino-americanos, como se discutiu no Capítulo 3, que evidenciam os vínculos com o território, com suas demandas, lacunas inclusive na mídia tradicional. Cabe resgatar que, de acordo com a Cepal (2020), a desigualdade na América Latina é um obstáculo para o desenvolvimento da região, bem como para a erradicação da pobreza e para a garantia de direitos. E essas desigualdades são socioeconômicas, de gênero, territoriais, étnicas, raciais e geracionais (CEPAL, 2020), temas que integram o escopo de investigação do jornalismo independente.

As relações de poder que constituem os territórios pressupõem disputas nas quais o *ethos* e o discurso midiático fazem parte, especialmente no que diz respeito a sua constituição simbólica. Para Iqani e Resende (2019), nessa disputa, a mídia cria e inventa territórios. Acrescenta-se aqui, que, no caso do jornalismo independente, antes disso, ele se apropria dos territórios, especialmente dos territórios simbólicos, e faz disso uma estratégia, consciente ou não, de diferenciação e identidade, expressando subjetividades de uma identificação coletiva com essas territorialidades. Tem-se, assim, de maneira evidente, marcas do momento culturas vividas, ou dos territórios latino-americanos, que expressam espacialidades e temporalidades, relações sociais e de poder.

Para compreender o momento da produção no circuito da cultura, para Johnson (2010), deve-se examinar as *formas* culturais a partir de seus aspectos subjetivos e culturais. No caso da produção do jornalismo independente na América Latina, a delimitação das temáticas, especialmente, é o que explicita essas particularidades. Para Johnson (2010, p. 63), esse também é o momento em que se deve incluir descrições e análises do “momento real de *produção*”, sejam seus aspectos subjetivos ou objetivos.

Dentre as organizações entrevistadas, foi possível conhecer e observar com mais detalhe a produção da colombiana *La Silla Vacía*, sua organização de trabalho (WOLF, 2009) no

¹⁹⁷ “[...] os pilares dos temas informativos têm sido desde a violência, uma cobertura da violência feita a partir das vítimas, a partir dos direitos humanos, dos testemunhos de como a violência afeta às pessoas, e uma relação com a política, com as políticas de segurança, e de como essas políticas afetam a vida das pessoas. Outro tema é a corrupção, em distintos níveis de governo; a desigualdade, e aqui estamos falando, pois, da desigualdade entre pobres e ricos, mas também, por exemplo, desigualdade que enfrentam diversos grupos, como a comunidade LGBT, as crianças, as mulheres, etc. Aí entram temas de gênero, que também é um dos grandes temas de *Animal* [Político]. E transparência e prestação de contas. Somos um meio que segue muito o uso dos recursos públicos, como se gasta, em que se gasta, e como se relata. Transparência também entendida como o que o governo nos oculta de informação, entendendo que essa informação é de interesse público e que permite ao cidadão fazer parte de um estado democrático” (EDITORA GERAL DE ANIMAL POLÍTICO, 2020, tradução nossa).

período em que a pesquisadora esteve na Colômbia para o estágio de doutorado. Observou-se, com registro em diário de campo, o *Consejo de Redacción* de *La Silla Vacía*, em 25 de novembro de 2019, na sede da organização em Bogotá, em um período em que o país protestava nas ruas das principais cidades do país, com críticas ao governo federal e a reivindicação de inúmeras pautas.

Parte-se, assim, do *Consejo de Redacción*, que ocorre todas as segundas-feiras pela manhã, na redação de *La Silla Vacía*, para compreender a produção dessa organização. Esse momento da produção reúne toda a equipe, do diretor aos estagiários, e, naquele momento em que se fez a observação, havia dois momentos: um de avaliação da semana que passou e junto dela uma espécie de pós-edição dos textos publicados; e também a definição das pautas da semana que iniciava.

No momento em que se observou o *Consejo de Redacción*, *La Silla Vacía* tinha o que chamava de *patas regionales*, que consistiam em editorias da organização, regionais, e com autonomia de produção em relação à *La Silla Vacía* nacional. Eram cinco: *La Silla Cachaca*, *La Silla Santandereana*, *La Silla Sur*, *La Silla Pacífica* e *La Silla Paisa*. No entanto, no início de 2020 a organização passou por uma reestruturação, em que as *patas* passaram a integrar o *nacional*, constituindo um só núcleo de produção. Porém, entende-se que o observado naquele momento, em 2019, auxilia na compreensão do processo produtivo dessa organização.

Ainda que o *Consejo de Redacción* começasse com a avaliação da semana anterior, aborda-se primeiro aqui a definição de pautas. Na reunião, todos eram convidados a apresentarem sugestões de pauta e a falar no que estavam trabalhando, visto que algumas investigações são mais demoradas e passam de uma semana para outra. Naquele momento, em que as *patas regionales* ainda existiam – suas editoras participaram da reunião por chamada telefônica e eram ouvidas por todos que estavam na redação, em Bogotá –, a divisão de trabalho se dava, de maneira mais generalizada, da seguinte maneira: os jornalistas que estavam nas regiões, cobriam região, independente da temática, e quem estava em Bogotá, cobrindo questões de interesse público nacional, dividiam-se por temáticas, todas dentro do eixo maior de *La Silla Vacía*, que é política, como por exemplo, um jornalista que cobre congresso, outro que cobre o governo, outro que cobre conflito.

O editor geral de *La Silla Vacía* (2019) explica que a organização investiga processos de poder, e não pessoas ou fontes. E ocorre que, muitas vezes, como afirma a jornalista de *La Silla Vacía* (2019), bem como se pode observar na discussão de pautas da semana, esses processos se encontram, e há intersecções. “El conflicto está muy ligado al gobierno, la

economía tiene que pasar por el congreso. Entonces, en algunos temas nos chocamos y nos ayudamos”¹⁹⁸ (JORNALISTA DE LA SILLA VACÍA, 2019).

Essa colaboração interna na investigação das pautas ficou evidente no *Consejo de Redacción*. A discussão de pauta, naquela semana, estava em torno dos protestos nacionais colombianos, que tiveram início com a greve geral de 21 novembro, poucos dias antes da reunião, e que se tornou uma das maiores manifestações da história do país. Um movimento cidadão dessa magnitude, está em relação com a dinâmica do poder no país, e só por isso já integra o escopo de investigação de *La Silla Vacía*. Além disso, as centenas de milhares de colombianos que protestavam pelo país, principalmente em Bogotá, expressavam seu descontentamento com pautas cobertas pela organização, como as políticas econômicas, sociais e ambientais do governo do presidente Iván Duque, bem como a condução dada ao acordo de paz com as FARC, o assassinato de líderes sociais e questões de corrupção.

Naquela reunião, algumas pautas convergiram e ficou decidido que os repórteres trabalhariam juntos. Um exemplo disso, foi a produção conjunta de uma investigação sobre como se davam as mobilizações em diferentes cidades do país, que surgiu a partir de diferentes sugestões que resultaram em uma mesma investigação. Dessa reunião de pauta, por exemplo, surgiu a ideia de investigar a presença ou não de Gustavo Petro, oposição de Iván Duque nas eleições de 2018. A reportagem foi produzida por dois jornalistas, publicada em 28 de novembro, naquela semana, com o título *Duque pone a Petro en el centro del paro, pero eso no se ve en la calle*¹⁹⁹. Outro texto que teve origem nas discussões de pauta e foi publicado naquela semana, abordava as pessoas em condição de rua – *Los camelladores que retratan al habitante de calle*²⁰⁰.

Um exemplo de que há trabalhos de produção colaborativa interna em *La Silla Vacía*, é mencionado pela jornalista entrevistada (2019).

Por ejemplo, cuando Iván Márquez anunció el grupo de las disidencias. Entonces, lo que hicieron fue que cada pata regional se fue a algún lugar donde estaban exguerrilleros desmovilizados y se fueron a hacer una crónica de cómo estaban en esos lugares. En solo texto. Un texto de todas las patas, donde unen fuerzas, con su conocimiento en profundidad de cada región y sacan un artículo. Entonces, no es como ‘esto es solo tuyo, eso es solo mío’. No. En *La Silla* hay mucho trabajo conjunto también.²⁰¹

¹⁹⁸ “O conflito está muito ligado ao governo; a economia precisa passar pelo congresso. Então, em algumas questões, nos chocamos e nos ajudamos” (JORNALISTA DE LA SILLA VACÍA, 2019, tradução nossa).

¹⁹⁹ <https://lasillavacia.com/duque-pone-petro-centro-del-paro-eso-no-se-ve-calle-74731>

²⁰⁰ <https://lasillavacia.com/silla-paisa/los-camelladores-retratan-al-habitante-calle-74777>

²⁰¹ “Por exemplo, quando Iván Márquez anunciou o grupo de dissidentes. Então, o que fizeram foi que cada *para regional* foi a algum lugar onde estavam ex-guerrilheiros desmobilizados e fizeram uma reportagem de como estavam esses lugares. Em um só texto. Um texto de todas as *patas*, onde uniram forças, com seu conhecimento em profundidade de cada região e publicaram uma reportagem. Então, não é como ‘isso é só teu, isso é só meu’.

O anúncio ao qual se refere a jornalista é de 29 de agosto de 2019, quando Iván Márquez, um ex-negociador-chefe da FARC apareceu em um vídeo, ao lado de outros antigos líderes da guerrilha, para anunciar o que chamou de uma nova etapa da luta armada. A reportagem mencionada pela jornalista foi intitulada de *Sin Márquez y compañía, los excombatientes echan raíces*²⁰² e foi assinada por seis jornalistas, evidenciando um trabalho colaborativo e de apoio.

O objetivo de que a discussão de pautas ocorra no *Consejo de Redacción* é a troca de informação entre os jornalistas, ou poderia ser apenas uma troca de e-mails, como sugere o editor geral em entrevista (2019). Inclusive porque nem todas as pautas se definem nessa reunião, uma vez que cada jornalista segue determinados processos e esses processos vão se movendo todos os dias, surgindo novas pautas, conseqüentemente, todos os dias. Mas o que a discussão de pauta na reunião oferecia de positivo, naquele momento, era, de fato essa troca, em que um jornalista diga que pensou em determinado assunto, mas que tem dúvidas, por exemplo, ou que não sabe como fazer, e outro sugira algo, ou diga, como aconteceu no *consejo* que se observou, que tem uma sugestão parecida e eles passem a trabalhar juntos. Contudo, esse formato também foi extinto no início de 2020, e as pautas passaram a ser discutidas ao longo da semana. O *Consejo de Redacción* continuou existindo depois da reformulação, mas apenas para uma avaliação da semana que passou.

Esse momento da avaliação semanal, para o editor geral, é o momento mais importante. “La idea es que podamos discutir de manera franca lo que creemos que funciona y lo que creemos que no funciona. Porque es así que uno mejora. Entonces, de hecho, esa es la parte que me parece más valiosa”²⁰³ (EDITOR GERAL DE LA SILLA VACÍA, 2019).

A jornalista de *La Silla Vacía* (2019), que concedeu entrevista a essa pesquisa antes da observação feita no *Consejo de Redacción*, diz que além de se planejar as pautas, todos comentam os textos de todos, o que constitui um momento de edição conjunto, em que tanto um editor quanto um colega pode dizer que determinada reportagem não obteve um bom resultado, porque falhou nesse e naquele ponto. “Es un ambiente de crítica muy sano y muy constructivo. Es un proceso de edición muy chévere porque es colectivo, porque todos te leen”²⁰⁴.

Não. Em La Silla há muito trabalho conjunto também” (JORNALISTA DE LA SILLA VACÍA, 2019, tradução nossa).

²⁰² <https://lasillavacia.com/sin-marquez-y-compania-los-excombatientes-echan-raices-73288>

²⁰³ “A ideia é que possamos discutir de maneira franca o que acreditamos que funciona e o que não acreditamos que funciona. Porque é assim que a gente melhora. Então, de fato, essa é a parte que parece mais valiosa” (EDITOR GERAL DE LA SILLA VACÍA, 2019, tradução nossa).

²⁰⁴ “É um ambiente de crítica muito saudável e muito construtivo. É um processo de edição muito legal porque é coletivo, porque todos te leem” (JORNALISTA DE LA SILLA VACÍA, 2019).

Esse processo aberto mencionado pela entrevistada pode ser presenciado no *Consejo de Redacción*. O momento de avaliação ocorreu antes da definição das pautas e tinha um jornalista responsável por iniciar os comentários. Casualmente, naquele dia, a jornalista entrevistada para a pesquisa foi quem iniciou. Ela fez elogios a algumas investigações, justificando os comentários e o editor geral, que conduzia a reunião, questionou sobre os aspectos negativos. Não em tom de correção, mas, de fato, de construção, e a partir daí se faz uma análise conjunta da semana que passou. Apesar da estrutura hierárquica, como se comentou, inclusive, com a Figura 12, naquele momento, o que se observou, foi um processo horizontal de produção, em que todos tinham voz e eram, de fato, ouvidos.

O que se observou em *La Silla Vacía* foi um processo aberto, em que se valoriza e respeita a liberdade e a autonomia. Atton & Hamilton (2008), ao tratar do jornalismo alternativo, especificamente, trazem uma reflexão que pode ser apropriada para a produção do jornalismo independente. Os autores afirmam que a prática de um jornalismo com uma relativa autonomia e independência das corporações de mídia e dos poderes instituídos – como se observa no jornalismo independente – encoraja a experimentação de métodos de trabalho mais inclusivos e igualitários, horizontais, com tomadas de decisões que se dão no coletivo.

O que se identificou na produção de *La Silla Vacía* vai ao encontro de um dos achados de García (2015) em relação ao trabalho nessas organizações, enquanto uma estilização do modelo pós-fordista, com equipes reduzidas, que produzem e investigam em conjunto. Fonseca (2005) pesquisou sobre o pós-fordismo na produção da redação do jornalismo tradicional e identificou entre outros, o perfil do jornalista pós-fordista é de um profissional que domine todas as áreas de produção da organização e que tem qualificação para trabalhar em todas as mídias.

Na produção de *La Silla Vacía* há uma permanente tensão, presente também no *Consejo de Redacción*, que é sobre responder a conjuntura, que está relacionado diretamente à ideia de noticiabilidade. O veículo, como já se apresentou anteriormente, tem como delimitação investigar as dinâmicas de poder na Colômbia, e, portanto, segue, principalmente, a política no país. Ocorre que a política é um tema conjuntural, em constante movimento, com acontecimentos que podem ser noticiados diariamente. E *La Silla Vacía* se mantém em uma linha tênue entre não ser omissa a esses acontecimentos para sua audiência, mas também ter tempo para investigar o que há por trás dos acontecimentos, com uma problematização e interpretação dos acontecimentos.

[...] siempre está pasando algo que nosotros podríamos cubrir, sin nos alejarnos de nuestro ámbito, digamos. La Copa América no la vamos a cubrir, pero la decisión de

que un alcalde local *bla, bla, bla* [sic], podría estar debajo de nuestro espectro. Entonces, hay una tensión permanente entre estar reaccionando frente a las coyunturas, y estar haciendo cosas más de fondo. Es difícil, difícil. Eso es una tensión difícil de resolver. Y eso a veces también impacta en la sensación de yo tengo que, no puedo dejar pasar eso sin que hagamos algo. Esa es una tensión muy difícil, quizás una de las más complejas de manejar en el día a día. De verdad.²⁰⁵ (EDITOR GERAL DE LA SILLA VACÍA, 2019).

Essa preocupação ficou evidente no *Consejo de Redacción* de 25 de novembro. Se ela já é algo do cotidiano, como conta o editor geral na entrevista, naquele momento em que o país vivia protestos civis diários, em diferentes pontos, com diferentes pautas, isso se potencializava. Na reunião, ao comentarem sobre um *tuitaço*²⁰⁶ da greve geral, a todo momento alguém chamava a atenção para a necessidade de responder a conjuntura, ou seja, informar o que acontecia nas ruas, mas sem perder o tempo da “respiración”, para que houvesse tempo de ver os acontecimentos de outro ângulo e entender o que passava. Nesse sentido, também se chamou atenção para que essa resposta à conjuntura não se tornasse uma competição com a mídia tradicional que dá notícias de minuto, expressando uma preocupação em não deixar que a essência da *La Silla Vacía*, enquanto um veículo que busca aprofundar e explicar as dinâmicas de poder, se perdesse. E essa discussão levou a equipe ao acordo de que era preciso ter um afastamento dos acontecimentos para então, em texto, oferecer interpretação e contexto aos leitores.

O trabalho em *La Silla Vacía* é das 9h às 18h30. Assim como em qualquer outra redação, esse tempo pode ser ampliado por diversas razões, como o tempo que o repórter dispõe para concluir uma investigação, ou até mesmo a experiência que tem com a política, por exemplo, o relacionamento com as fontes e a familiaridade com a linguagem e estrutura de texto de *La Silla Vacía*. É a flexibilização dos processos produtivos, outra marca do atual momento capitalista, o pós-fordismo, em que a rigidez do modelo anterior é posta de lado, em detrimento da produtividade e dos tempos acelerados.

A jornalista de *La Silla Vacía* (2019), que naquele momento ainda estava em um processo chamado, internamente, de curva de aprendizagem, pois estava trabalhando na organização há poucos meses, diz que o diferencial de produção é o tempo de investigação. Em

²⁰⁵ “[...] siempre está aconteciendo alguna cosa que nós poderíamos cubrir, sem nos afastarmos do nosso âmbito, digamos. Não vamos cobrir a Copa América, mas a decisão de um prefeito local que *bla, bla, bla* [sic], poderia estar no nosso espectro. Então, há uma tensão permanente entre reagir às conjunturas, e estar fazendo coisas mais de fundo. É difícil, difícil. Essa é uma das tensões difíceis de resolver. É isso às vezes também gera a sensação de que tenho que, não posso deixar passar isso sem que façamos algo. Essa é a tensão mais difícil, talvez uma das mais complexas de lidar no dia a dia. De verdade” (EDITOR GERAL DE LA SILLA VACÍA, 2019, tradução nossa).

²⁰⁶ Um *tuitaço* é uma série de publicações na rede social digital *Twitter*. No caso do *tuitaço* de *La Silla Vacía*, ocorreu como uma cobertura da greve geral de 21 de novembro, ao vivo, por meio de pequenos trechos publicados nessa rede social.

La Silla Vacía cada jornalista escreve cerca de duas reportagens por semana. Contudo é preciso ponderar em relação a isso, a esse tempo. A organização colombiana se dedica, como se viu, a cobrir o poder em seu país e isso implica em uma certa resposta à conjuntura. Além disso, nessa investigação jornalística, consulta a documentos, e a uma média de oito fontes. Diferente de um portal de notícias, por exemplo, onde um jornalista vai escrever inúmeros pequenos textos em um dia, e também é diferente, ainda, do ritmo da *Agência Pública*, que pode levar três ou quatro meses na produção de uma reportagem.

Tienes más tiempo para investigar [...]. Pero eso no significa que sea un trabajo calmado o pausado. Porque igual somos periodistas, igual seguimos respondiendo la conjetura. Con la dificultad de que nuestra respuesta a la conjetura no puede ser con dos llamadas [...] Y la respuesta a la conjetura es salir rápido, pero salir con calidad. Eso implica una carga laboral alta, porque te dicen, ‘tienes que llamar a muchas fuentes’, pero ‘necesito el artículo para medio día’. O ‘necesito el artículo para hoy’. Entonces, puede que no respondamos al minuto, pero tampoco se trata de quedarnos 4 días y dejar pasar la conjetura. Entonces eso implica la presión alta como poder llamar a varias fuentes, y eso, también, implica tener un trabajo previo con las fuentes.²⁰⁷ (JORNALISTA DE LA SILLA VACÍA, 2019).

Essa produção em *La Silla Vacía*, como pretende toda organização de jornalismo independente, é permeada pela autonomia editorial, que, por sua vez, é possibilitada pela independência econômica – nos moldes do que se viu no Capítulo 5. Porém, a existência de uma autonomia editorial não significa, necessariamente, que não exista uma linha editorial, muitas vezes explicitada na delimitação dos eixos temáticos. No caso de *La Silla Vacía*, está dito em seu site e isso é reforçado pelos entrevistados, que a organização acredita, e o que os guia, é a Constituição Colombiana de 1991. Essa constituição é caracterizada pela defesa do pluralismo e dos direitos individuais, marcada por princípios liberais. Em uma publicação da organização na rede social digital *Instagram*, em 9 de julho de 2020, sobre questionamentos dos leitores acerca do posicionamento político de *La Silla Vacía*, um de seus jornalistas, em vídeo, também reforça a crença no espírito da constituição de 1991, que implica, de acordo com ele, em acreditar no peso e contrapeso no poder, na multiculturalidade, e em um Estado laico e social de direito.

²⁰⁷ “Tens mais tempo para investigar [...]. Mas isso não significa que seja um trabalho calmo ou pausado. Porque, de qualquer forma, ainda somos jornalistas, ainda seguimos respondendo a conjuntura. Com a dificuldade de que nossa resposta à conjuntura não pode ser resolvida com duas ligações [...]. E a resposta à conjuntura é sair rápido, mas sair com qualidade. Isso implica em uma carga laboral alta, porque te dizem, ‘tens que chamar a muitas fontes’, mas ‘preciso desse texto para o meio dia’. Ou ‘preciso desse texto para hoje’. Então, pode ser não respondamos ao minuto, mas também não se trata de ficarmos quatro dias e deixar passar a conjuntura. Então isso implica em uma alta pressão, como de ligar para várias fontes, e isso também implica em ter um trabalho prévio com as fontes” (JORNALISTA DE LA SILLA VACÍA, 2019, tradução nossa).

E nesse sentido, da autonomia editorial, observou-se no *Consejo de Redacción* um comportamento da equipe em relação às investigações. As pautas não tinham hipóteses, não se tratava de ir para a rua investigar, por exemplo, o porquê de determinado grupo social não participar da onda de protestos, e sim investigar quem sai ou não às ruas a reivindicar. E nesse sentido, destaca-se uma declaração do editor geral durante a reunião: “No importa lo que la investigación encuentre, pero que cuente lo que encuentre”²⁰⁸.

Isso corrobora com a definição da ex-diretora do programa de jornalismo independente da *Open Society* (2019), quando define esse jornalismo como aquele que tem uma agenda aberta, e não prévia, e que, mesmo que tenha uma especialidade, como é o caso de *La Silla Vacía* com o poder colombiano, vai investigar um processo, compreende-lo e explica-lo, à luz de uma agenda de princípios e valores, que envolvem a defesa da democracia, das liberdades e dos direitos individuais. Reforça, ainda, a existência dessa autonomia editorial, o depoimento da jornalista de *La Silla Vacía* (2019), sobre a orientação que recebeu da fundadora e diretora da organização quando começou a trabalhar.

[...] me decías Juanita León, la directora de La Silla Vacía. Me dijo que, es que ‘tu escribes para los lectores, tu no escribes al editor, entonces, no hagas las cosas para convencer al editor, sino haga las cosas porque crees que tiene un sustento periodístico y que tiene sentido para la audiencia’. ¿Que un editor te diga eso? Ya es, o sea, te cambia la mentalidad y te ayuda mucho.²⁰⁹

Vista na integralidade do circuito da cultura, a autonomia editorial, que se identifica na produção, está diretamente relacionada às condições de produção, no tocante ao modelo de negócios adotado pela organização e suas fontes de ingresso, e também pelo *ethos* discursivo adotado, da independência jornalística, bem como na manutenção de seus valores iluministas e liberais. Segundo a jornalista de *La Silla Vacía* (2019), o modelo de financiamento interfere na produção. “Impacta muchísimo. El mayor impacto es que no impacta. Nosotros tenemos total independencia, porque no respondemos a ningún empresario, a ningún político y eso es el impacto que tiene esa manera de financiarse”²¹⁰.

²⁰⁸ “Não importa o que a investigação encontrar, mas que conte o que encontrar” (EDITOR GERAL DE LA SILLA VACÍA, 2019, tradução nossa).

²⁰⁹ “[...] Juanita León me disse, a diretora de La Silla Vacía. Me disse: ‘tu escreves para os leitores, tu não escreves para o editor, então, não faça as coisas para convencer o editor, e sim faça as coisas porque acredita que se sustentam jornalisticamente e que tem sentido para a audiência’. Um editor te dizer isso? Já é, ou seja, muda tua mentalidade e te ajuda muito” (JORNALSITA DE LA SILLA VACÍA, 2019, tradução nossa).

²¹⁰ “Impacta muitíssimo. O maior impacto é que não impacta. Nós temos total independência, porque não temos que responder a nenhum empresário, a nenhum político, e esse é o impacto que tem a nossa maneira de nos financiarmos” (JORNALSITA DE LA SILLA VACÍA, 2019, tradução nossa).

É nessa busca permanente de manter a autonomia editorial e, ao mesmo tempo, garantir uma pluralidade de fontes de ingresso, que se evidenciam relações de poder e, conseqüentemente, de disputa no território. Um caso de *La Silla Vacía* que ilustra a constituição da organização no território e nessa disputa, ocorreu em 2019, com a Bavaria, a maior empresa de cerveja do país. A equipe comercial de *La Silla Vacía* estava em negociação para fechar um convênio com a Bavaria, para que a empresa financiasse uma das redes de *La Silla Llena*, a *Red Verde*. *La Silla Llena* é uma seção da organização, com múltiplas editorias, entre elas a *Red Verde*, que consiste em um espaço de opinião, com textos escritos por especialistas, onde esses colunistas tem total autonomia e responsabilidade pelo que escrevem.

No mesmo dia em equipe comercial estava no escritório da Bavaria para assinatura do convênio, foi publicado no site de *La Silla Vacía* uma investigação sobre a reforma tributária, que aprovou um aumento no IVA das cervejas e refrigerantes. A investigação dava conta que o lobby exercido pela Bavaria no congresso não teve força suficiente para barrar a reforma, mesmo frente a um governo sem influência no congresso, como era naquele momento o de Iván Duque. O resultado da reportagem é de que a Bavaria, que antes tinha influência sobre o congresso, naquele momento tinha perdido poder. A publicação ocorreu no dia 6 de dezembro de 2018, sob o título *Bavaria, la expoderosa del Congreso que hoy perde hasta com Duque*²¹¹.

Em um vídeo publicado no *Twitter*²¹² em que a jornalista responsável pela investigação conta essa estória. Ela relembra que quando chegou na redação, um colega da área comercial disse que tinha acabado de sair de uma reunião com a Bavaria, que tinha sido bastante incômoda, e que a reportagem tinha causado sensação. Porém também relataram que foi uma coincidência interessante, pois assim, puderam deixar claro com a empresa que, mesmo que ela financiasse um projeto de *La Silla Vacía*, a Bavaria não deixaria de ser investigada pela equipe, ou que tudo que fosse escrito sobre eles seria positivo.

A reportagem não foi derrubada nem editada, e continua disponível para leitura no site de *La Silla Vacía*. E o convênio com Bavaria foi igualmente efetivado. “¡Y firmaron! [...] Y si había que criticar, y poner en la nota lo que encontramos en la reportería. Porque, mira, para nosotros está mucho más importante, mucho más importante eso, que al final del día tener un convenio con ellos. Por eso también es importante tener muchas fuentes de ingreso”²¹³ (EDITOR GERAL DE LA SILLA VACÍA, 2019).

²¹¹ <https://lasillavacia.com/bavaria-la-expoderosa-del-congreso-que-hoy-pierde-hasta-con-duque-69183>

²¹² <https://twitter.com/lasillavacia/status/1176542321015476225>

²¹³ “E assinaram! [...] E se tinha que criticar, e por na reportagem o que encontramos na apuração. Porque, olha, para nós é muito mais importante, muito mais importante isso, do que ao final do ter um convênio assinado com

É necessário ter clareza de que o momento da produção e do produto, por estarem relacionados à integralidade do circuito, se misturam, como se demonstra nos trechos acima, acerca da produção específica de *La Silla Vacía*. Outro aspecto que deve ser ressaltado, uma vez mais, é sobre a diversidade de modelos de jornalismo independente. E essa diversidade não implica, apenas, em não haver um único modelo de financiamento, ou uma variedade de condições de produção. Isso implica, também, em diferentes rotinas produtiva, em diferentes momentos de produção, que, como o próprio circuito da cultura defende, dependem dos momentos anteriores e posteriores, mas também do nicho de jornalismo em que a organização trabalha. Por exemplo, *Chequeado* é especialista em *fact-checking*, que tem uma dinâmica; *La Silla Vacía* cobre o poder na Colômbia, e, portanto, necessita responder a conjuntura; ou *Sudestada*, que tem a menor equipe entre os entrevistados e que, além disso, todos possuem outros trabalhos.

Como já se viu no caso de *La Silla Vacía*, a produção jornalística começa pela definição de pautas. No jornalismo independente, a própria pauta é vista como um elemento de inovação (COFUNDADORA E CODIRETORA DA AGÊNCIA PÚBLICA, 2019). As sugestões de pauta podem partir dos repórteres ou dos editores, como no caso colombiano, e, em alguns casos, elas estão condicionadas a grandes projetos de investigação jornalística, e pressupõem três momentos distintos: um deles é a pré-apuração, onde a pauta é definida e o assunto é pesquisado; outro é a apuração em si, onde é feito o contato com as fontes e a checagem das informações; e por fim o momento de elaboração do texto e sua edição (OLIVEIRA, 2017).

Ainda que se tenha tido a oportunidade de observar, mais no detalhe, o processo produtivo de *La Silla Vacía*, é possível levantar alguns aspectos importantes, a partir dos outros entrevistados. No caso de *Animal Político*, no México, a editora geral (2020) explica que na produção se busca não apenas dizer o que aconteceu, mas contextualizar esse acontecimento. A editora geral dá um exemplo: a aprovação de uma reforma política.

Enfocamos mucho en nuestro periodismo de explicar el antes y después de esta reforma política. No solamente sobre la aprobación de la reforma, sino cómo llegamos hasta ahí. O sea, como se gestó esa reforma, a quien sirve, a quien va a beneficiar. Y después quien la aprobó y de qué manera eso afecta tu vida. [...] Un ejercicio que muestre, pues, qué hay detrás de las políticas públicas y cómo te afecta esas políticas públicas, y cómo se llegó a ellas.²¹⁴

eles. Por isso também é importante ter muitas fontes de ingressos” (EDITOR GERAL DE LA SILLA VACÍA, 2019, tradução nossa).

²¹⁴ “Nós nos concentramos muito em nosso jornalismo para explicar o antes e o depois dessa reforma política. Não apenas sobre a aprovação da reforma, mas como chegamos lá. Em outras palavras, como essa reforma foi concebida, a quem serve e quem será beneficiado. E então quem aprovou e como isso afeta sua vida. [...] Um exercício que mostra, então, o que está por trás das políticas públicas e como essas políticas públicas afetam você e como você será atingindo” (EDITORA GERAL DE ANIMAL POLÍTICO, 2020, tradução nossa).

Animal Político, de acordo com sua editora geral (2020), baseia suas investigações em dados, informações concretas, provas e documentos, que são, em realidade, pressupostos da técnica jornalística. A organização se declara pró-direitos, algo que, ainda que nem sempre seja explicitado pelas organizações, se pode identificar a partir da delimitação feita em determinadas temáticas. E, nesse sentido, guiam sua produção e isso se reflete em seu produto. Quando há, por exemplo, um caso de discriminação ou de violação de direitos contra uma comunidade ou contra um grupo, isso estará explícito no texto, sem a fala de um especialista no assunto. “O sea, no, no voy a preguntar a un especialista se considera que eso es violar derechos, cuando ya sabemos que lo es”²¹⁵. Esse posicionamento acaba por estabelecer um movimento entre o que é privado, a partir da concepção do profissional e da organização, e o que se torna, com o produto, uma representação pública.

Uma produção pautada pela pesquisa, pela consulta a diferentes fontes e no aprofundamento da informação é recorrente no jornalismo independente pois, na maioria das vezes, ele se dedica ao jornalismo investigativo e à realização de textos longos em formato de reportagens. Elas são mencionadas nas entrevistas, além de *Animal Político*, também em *Sudestada*, *Agência Pública*, *La Silla Vacía*, *Nómada*, *Contra Corriente* e *GK.city*. Mas nem por isso a rotina produtiva se repete.

Entre as organizações entrevistadas para essa tese, *Chequeado* é um caso à parte. Primeiro por ser o único que se dedica exclusivamente ao *fact-checking* – ainda que também publique textos explicativos e investigativos – e segundo porque tem publicado em seu site um passo-a-passo do seu método de trabalho, ou seja, uma explanação de parte de sua organização de trabalho. Seu método de verificação do debate público inclui oito passos: 1) selecionar uma frase de âmbito público, 2) ponderar a sua relevância, 3) consultar a fonte original, 4) consultar a fonte oficial, 5) consultar fontes alternativas, 6) contextualizar, 7) confirmar, relativizar ou desmentir a informação, e 8) qualificar.

Há também o que *Chequeado* define como método contra a desinformação viral²¹⁶, com passos muito semelhantes aos já mencionados, a partir de três critérios: a) a circulação/viralização do conteúdo nas redes sociais ou outros meios, como o alcance e a repetição em distintas plataformas, b) a relevância do tema e/ou c) as consequências dessa desinformação para a cidadania. Esse conteúdo é selecionado em redes sociais como *Facebook*

²¹⁵ Ou seja, não, não vou ir perguntar a um especialista se isso é uma violação de direitos, quando sabemos que é” (EDITORA GERAL DE ANIMAL POLÍTICO, 2020, tradução nossa).

²¹⁶ *Chequeado* utiliza termo “desinformação” e não “fake news”.

e *Twitter*, e também a partir dos leitores. Há, nesse sentido, o estímulo a participação dos leitores, em *Chequeo Colectivo*, uma plataforma aberta para verificar declarações a partir da indicação dos cidadãos. Conforme informações em seu site, nem todas as sugestões que recebem são checadas, mas todas são lidas na reunião semanal da redação, e ao menos uma frase ou conteúdo é checado por semana. “Consignamos este dato siempre, porque valoramos que la comunidad aporte y enriquezca nuestra selección” (CHEQUEADO, 2020b).

Já na produção da *Agência Pública*, por exemplo, as pautas partem de sugestão dos repórteres ou dos editores (OLIVEIRA, 2017). Além disso, os leitores que financiam coletivamente parte dos custos da organização, por meio do programa *Aliados*, sugerem, mensalmente, nomes para serem entrevistados que, numa segunda etapa, são votados por esses próprios leitores. A definição dessas pautas se dá dentro das temáticas delimitadas pela agência. A cofundadora e codiretora da *Agência Pública* (2019) explica que esses eixos de investigação são importantes na medida em que definem o que entra ou não na agenda de produção. “Se alguém aparece com a ideia de investigar corrupção bancária, por exemplo. É super importante, mas não está dentro do nosso planejamento estratégico, então não vamos dedicar nosso tempo e nossa energia para pensar como nasce a corrupção no sistema bancário”.

Há pelo menos outras duas origens de pautas dentro da *Agência Pública*. Uma delas é o leitor direto da agência²¹⁷. Em um projeto lançado no final de junho de 2020, intitulado pela organização de investigação participativa, a *Agência Pública* convidava seus leitores a enviar relatos e denúncias sobre a pandemia do novo coronavírus. Para tal, disponibilizou um formulário online e um endereço de e-mail²¹⁸. A primeira reportagem desse projeto foi *Petrobras manda funcionários de volta ao trabalho após teste positivo para coronavírus*²¹⁹. Em depoimento, uma jornalista da *Agência Pública*, na Newsletter dos Aliados²²⁰ de 5 de agosto de 2020, conta sobre a investigação e que ela não teria sido possível sem a participação de um leitor. “É por isso que acreditamos no jornalismo feito em parceria com o público: sabemos que só quem vive uma determinada realidade conhece profundamente os problemas que ela impõe” (NEWSLETTER DOS ALIADOS, 2020a).

Outra maneira que as pautas são sugeridas são por jornalistas colaboradores, ou seja, que não integram a equipe fixa da agência, como já identificado por Oliveira (2017), com a

²¹⁷ Vale reforçar que por se tratar de uma agência de reportagens, os leitores do conteúdo produzido pela Agência Pública, ultrapassa os leitores do seu site.

²¹⁸ <https://apublica.org/2020/06/o-governo-esta-tentando-esconder-os-mortos-da-covid-19-nos-ajude-a-investigar-essas-historias/>

²¹⁹ <https://apublica.org/especial/investigacao-participativa-coronavirus/>

²²⁰ Newsletter semanal da Agência Pública, exclusiva para os Aliados – leitores que fazem doações mensais para a organização. Esse produto é melhor apresentado no capítulo seguinte.

reportagem *Sob a fumaça, a dependência*²²¹ e também com as reportagens a partir das microbolsas já mencionadas. Outro exemplo, ilustrativo inclusive, é da reportagem *Mulheres denunciam série de crimes sexuais contra crianças em Minas*²²², em que, de acordo com as jornalistas a pauta sobre o que possivelmente é um dos maiores casos de abusos sexuais contra crianças em Minas Gerais foi proposta a uma das maiores emissoras de televisão do Brasil, mas foi negada sob o pretexto de que o deslocamento de Belo Horizonte até o município onde ocorreram os casos, 309km, era muito longe (NEWSLETTER DOS ALIADOS, 2020b). Esse caso, em especial, é ilustrativo em dois aspectos, pelo menos: na organização do trabalho na *Agência Pública* e nos distintos critérios de noticiabilidade entre o jornalismo independente e o *mainstream*.

Com publicações diárias e cerca de duas grandes reportagens por semana, a produção da *Agência Pública* se dá fora da redação. “Somos uma equipe muito de rua” (COFUNDADORA E CODIRETORA DA AGÊNCIA PÚBLICA, 2019). No segundo semestre de 2019, quando foi realizada a entrevista para essa tese, a organização chegava a enviar quatro pessoas da equipe, por semana, para cobrir conflito na Amazônia. No entanto, enquanto há organizações com equipe estruturada, sede para a redação e horário para chegar e sair, em outras, como *Sudestada*, a flexibilidade e a precarização são a regra. O cofundador e diretor da experiência uruguaia (2020) conta que produz em seu tempo livre. Como já dito, ele e os colegas mantêm outros empregos e, portanto, essa produção muitas vezes ocorre no fim de semana. Ou apenas começa no fim de semana, dado o longo período de tempo necessário para determinadas investigações.

[...] as veces tiene un rato libre y ‘ah, me voy a poner a escribir sobre eso que hace tiempo que tengo gana’. Y te pones. Y a veces te pasa un fin de semana entero trabajando en tu casa y tienes una nota armada. Escrita. Y yo en el lunes o martes la publico. Y acabo por publicar en miércoles, porque estoy lleno de trabajo que sí te paga, y no tienes tiempo. Y tienes una vida, tus tareas²²³.

É uma produção, como se pode observar, sem periodicidade, o que reflete em publicações sem periodicidade, um aspecto caro ao jornalismo e à sua credibilidade. As reportagens são produzidas à medida que a equipe encontra tempo livre, o que vai desde a

²²¹ <https://apublica.org/2015/10/sob-a-fumaca-a-dependencia/>

²²² https://apublica.org/2020/08/mulheres-denunciam-serie-de-crimes-sexuais-contra-criancas-em-minas/?mc_cid=d0934f01dd&mc_eid=825993cf13

²²³ “Às vezes tens um tempo livre e ‘ah, vou começar a escrever sobre isso, que há tempos tenho vontade’. E começa. E às vezes passa um fim de semana inteiro trabalhando na tua casa e tens um texto pronto. Escrito. E na segunda ou terça-feira eu publico. E acabo publicando na quarta-feira, porque estou cheio de trabalho que, sim, te paga, e não tens tempo. E tens uma vida, tuas atividades” (COFUNDADOR E DIRETOR DE SUDESTADA, 2020, tradução nossa).

pesquisa e apuração, até o processo de escrita e publicação no site, quando esse produto jornalístico deixa de ser particular e se torna público.

Há temas que foram publicados unicamente por *Sudestada* no Uruguai e outras tantas em que essa organização de jornalismo independente é pautada pelos veículos tradicionais. O cofundador e diretor de *Sudestada* (2020) diz que acontece de um fato ser noticiado pelos impressos e/ou televisão e não haver um acompanhamento por parte desses veículos. E que em *Sudestada* começam a se perguntar o aconteceu com aquilo, ou o que há por trás, e começam a investigar e aprofundar.

Contudo, a produção de *Sudestada* não está apenas a cargo da equipe de quatro jornalistas. O cofundador e diretor (2020) conta que acontece, ainda que não seja recorrente, de colegas jornalistas que trabalham em veículos tradicionais entrarem em contato com *Sudestada*, para publicar alguma informação que não podem publicar no lugar em que trabalham, possivelmente por conflitos de interesses. Buscam, portanto, pela autonomia editorial do jornalismo independente, possível a partir das condições de produção as quais está submetido, como a independência econômica. Quando isso ocorre, mesmo que o texto chegue pronto, os jornalistas de *Sudestada* checam a informação, o editam e, sendo verídico, o texto é publicado.

Apesar de uma fragilidade produtiva, em razão das dificuldades econômicas, tempo e tamanho de equipe, típicos de uma tempo pós-fordista, *Sudestada*, ao longo de sua existência, integrou projetos de jornalismo colaborativo, os chamados projetos transnacionais, em que jornalistas e organizações – normalmente independentes – se aliam para investigar determinado tema. Foi assim na série de reportagens da *Lava Jato* e na aliança *Centinela-Covid19*. No primeiro caso, se somou a uma rede de jornalistas latino-americanos que investigava o tema da investigação *Lava Jato*, que teve origem no Brasil, mas repercutiu em casos de corrupção em toda a região. Integravam a rede organizações de jornalismo, a maioria delas independentes, do Brasil, Peru, Panamá, Argentina e Paraguai, entre outros. Esses projetos colaborativos são cada vez mais recorrentes, especialmente entre as organizações de jornalismo independente.

6.1.2.1 Projetos colaborativos de investigação jornalística

Esses projetos colaborativos transnacionais ou mesmo nacionais, fazem parte da rotina produtiva de parte das organizações de jornalismo independente. Para Salaverría et al (2019) essa colaboração é a solução para parte das fragilidades do jornalismo independente, sendo esta uma maneira de multiplicar o impacto dos seus escassos recursos financeiros e de tempo, e também uma tendência nos territórios latino-americanos. O jornalismo do futuro, como

apontaram Van der Haak, Parks e Castells (2012), necessita de especialização e colaboração, para garantir a continuidade de uma produção de alta qualidade. Nessa mesma linha, Anderson, Bell e Shirky (2012, p. 51), afirmam que no jornalismo do século XXI, esses projetos colaborativos são uma ferramenta de produção.

O jornalista terá de cultivar a capacidade de colaboração – com tecnologias, multidões e parceiros – para poder lidar com a considerável e crescente tarefa de narrar acontecimentos. Esse trabalho multidisciplinar e colaborativo deve começar pela redação (de onde deve fluir o novo conjunto de competências organizacionais). Para tanto, o jornalista precisará de mais liberdade para refletir sobre processos gerais do jornalismo e aprimorá-los.

O jornalismo colaborativo praticado pelas organizações de jornalismo independente – também chamado de cooperativo e/ou participativo, como esclarecem Mendoza e Rojas (2020) – se caracteriza por um trabalho de jornalistas em rede, assim definido:

Entendemos al periodismo colaborativo como un proyecto, formal o informal, en donde periodistas de diferentes medios de información y con frecuencia de diferentes zonas geográficas, unen esfuerzos para recabar información de interés público, procesarla y distribuirla de manera conjunta, apoyados en tecnologías de comunicación y en ciudadanos interesados y/o involucrados con los problemas de la agenda periodística. (MENDOZA; ROJAS, 2020, p. 4-5).²²⁴

Para Mendoza e Rojas (2020), que pesquisaram sobre a prática desses projetos de jornalismo colaborativo entre jornalistas mexicanos, trata-se de um jornalismo que é um agente de transformação, que constrói agendas que priorizam os direitos humanos e se baseiam em uma ética do bem comum. A consolidação desses projetos, muitas vezes por dentro de organizações jornalísticas, sejam elas independentes, tradicionais ou alternativas, está fortemente relacionada ao advento da internet e da comunicação em rede. Mas, como advertem Mendoza e Rojas (2020), outros fatores também os fortalecem, como as ameaças aos jornalistas, o volume de informações a ser processada e apurada, o alto custo de reportagens investigativas que ultrapassam as fronteiras regionais, a distribuição desse conteúdo, a crise no modelo de negócio do jornalismo tradicional e o próprio fenômeno do jornalismo independente.

Na rotina produtiva da *Agência Pública*, por exemplo, entre o último semestre de 2019 e o primeiro de 2020, a organização integrou, além do *Centinela-Covid19*, o *Transnacionais da Fé*, o *Luanda Leaks* e o *Paraísos de dinheiro e fé*, e também, uma colaboração nacional, a *Vaza*

²²⁴ “Entendemos o jornalismo colaborativo como um projeto, formal ou informal, onde jornalistas de diferentes meios de informação e muitas vezes de diferentes áreas geográficas, unem forças para coletar informações de interesse público, processá-las e distribuí-las em conjunto, apoiado por tecnologias de comunicação e em cidadãos interessados e/ou envolvidos com os problemas da agenda jornalística” (MENDOZA; ROJAS, 2020, p. 4-5, tradução nossa).

*Jato*²²⁵. *Gk.city*, por sua vez, participou de projetos como *Tierra de Resistentes*. O Quadro 9 explicita alguns desses projetos.

Quadro 9 – Alguns projetos transnacionais de investigação jornalística na AL

| Projeto | Descrição | Coordenação | Integrantes |
|---------------------------------|--|---|--|
| Centinela-Covid19 | Investigação sobre como os governos na América Latina lidam com a pandemia da Covid-19 | Centro Latinoamericano de Investigación Periodística (CLIP) | Chequeado (Argentina), Agência Pública (Brasil), CIPER (Chile), GK.city (Equador), El Faro (El Salvador), El Surtidor (Paraguai), IDL-Reporteros (Peru), El Deber (Bolívia), El Espectador e La Liga Contra el Silencio (Colômbia), La voz de Guanacaste (Costa Rica), No Ficción (Guatemala), Quinto Elemento Lab (México), Confidencial (Nicarágua), Univisión (EUA). |
| Transnacionales de la fe | Investigação sobre o crescimento do poder político evangélico e sua agenda fundamentalista na América Latina com o apoio da Casa Branca. | Columbia Journalism Investigations (CJI) e CLIP | Agência Pública (Brasil), El País (Uruguai), CIPER (Chile), El Surtidor (Paraguai), Nómada (Guatemala), El Faro (El Salvador), La República (Peru), Armando.info (Venezuela), El Tiempo (Colômbia), La Voz de Guanacaste e Semanario Universidad (Costa Rica), Plaza Pública (Guatemala), Contracorriente (Honduras), Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad (México), Univisión (EUA). |
| Migrantes de Otro Mundo | Investigação jornalística sobre a migração da Ásia, África e América Latina para a América do Norte. | Animal Político (México) | CLIP (AL), Organized Crime and Corruption Reporting Project (Europa), Periodistas de a pie, Chiaspas Paralelo e Voz Alternativa (México), Univisión (EUA), Factum (El Salvador), La Prensa (Panamá), El Universo (Equador), Anfibia e Consecha Roja (Argentina), La Voz Guanacaste (Costa Rica), TV Globo (Brasil), |

²²⁵ A Vaza Jato é uma série de reportagens investigativas, no Brasil, a partir de diálogos vazados entre procuradores da força-tarefa da Lava Jato e outros membros do Ministério Público Federal e da Justiça. Os diálogos foram recebidos por uma fonte de *The Intercept Brasil*, que iniciou a investigação. Somaram-se a cobertura, além do próprio *The Intercept* e da *Agência Pública*, o jornal Folha de S. Paulo, o site Buzzfeed, a revista Veja, o portal UOL, o site El País Brasil e o Blog do Reinaldo de Azevedo.

| | | | |
|-----------------------------------|--|---|---|
| | | | Semana (Colômbia), Confluence Media (Índia), Efecto Cocuyo (Venezuela), Tje Museba Project (Camarões), Bellingcat (Reino Unido), The Record (Nepal). |
| Tierra de Resistentes | Investigação sobre a violência contra os defensores do meio ambiente na América Latina. | Consejo de Redacción (Colômbia) | La Liga Contra el Silencio, Mutante, El Espectador, Noticias RCN, El Tiempo, El País, La Patria e La Silla Vacía (Colômbia), CLIP (AL), Anfibia (Argentina), Runrunes (Venezuela), Contra Corriente (Honduras), Ocote (Guatemala), Mongabay Latam, El Deber (Bolívia), Convoca (Perú), GK.city (Equador), InfoAmazônia (Brasil), Mexicanos contra la Corrupción y la Impunidad (México), Pulitzer Center (EUA). |
| Ser niña en América Latina | Histórias de crianças e adolescente sobreviventes da violência sexual e de gênero. | - | VICE (México), Nómada (Guatemala), Confidencial (Nicarágua), MTNT (Colômbia), GK.city (Equador), Wambra (Equador) e Ojo Público (Perú). |
| Memoria Robada | Investigação sobre o tráfico ilícito de peças culturais na AL. | Ojo Público (Perú) | Plaza Pública (Guatemala), La Nación (Costa Rica), Chequeado (Argentina), Animal Político (México). |
| Paraísos de dinero y fe | Investigação sobre como algumas igrejas se valem da confiança de seus fiéis para cometer crimes como lavagem de dinheiro e fraude. | Columbia Journalism Investigations (CJI) e CLIP | Organized Crime and Corruption Reporting Project (OCCRP, Europa), Mexicanos Contra la Impunidad y Corrupción (México), Nómada (Guatemala), Canal13 Noticias (Costa Rica), IDL-Reporteros (Perú), Infobae (Argentina), Agência Pública (Brasil), Folha de S. Paulo (Brasil), La Diaria (Uruguai), El Tiempo (Colômbia). |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

O Quadro 9 apresenta alguns projetos transnacionais de jornalismo dos quais alguns entrevistados dessa pesquisa fizeram parte para, assim, evidenciar que esse tipo de cooperação, ainda que caracterize esforços das equipes e um período de dedicação, não são incomuns e, portanto, devem ser considerados como parte da produção dessas organizações. Mesmo que esses sejam apenas alguns exemplos, boa parte entre 2019 e 2020, chama-se a atenção, uma vez mais, para as temáticas investigadas. Observa-se investigações acerca dos direitos humanos,

meio ambiente e política, principalmente, assuntos caros às realidades e necessidades latino-americanas. Além disso, como ressaltam Mendoza e Rojas (2020), esse exercício do jornalismo colaborativo, por meio de conexões, dinâmicas e trocas de informação, permite que essas organizações tenham um alcance que supera seus territórios. Em um espaço-tempo em que o capital exige produtividade das organizações, e em que as experiências de jornalismo independente possuem o desafio de arrecadar recursos para sua manutenção financeira, os projetos colaborativos consistem em uma estratégia para produzir investigações jornalísticas que seriam praticamente impossíveis sozinhos, desde o ponto de vista dos recursos humanos e condições financeiras, até o conhecimento e tempo necessário para tal atividade.

O depoimento de uma jornalista da *Agência Pública*, na Newsletter dos Aliados, de 26 de agosto de 2020, dá uma melhor compreensão sobre como se dá a produção nesses casos de colaboração. A jornalista comenta sobre o projeto *Paraísos de dinheiro e fé* (Quadro 9), mais especificamente sobre a reportagem *Igreja Universal é investigada por movimentações bancárias na Argentina*²²⁶. A reportagem detalha como a Argentina investiga as contas bancárias mantidas no país pela Igreja Universal do Reino de Deus, com templos em 135 países.

Investigamos este caso em parceria com o Infobae, portal de notícias da Argentina. Enquanto nossa colega argentina Mariel Fitz Patrick obteve documentos e fontes importantes em seu país, por aqui conseguimos pesquisar e checar informações sobre as personagens brasileiras envolvidas nessa história. O processo tem seus desafios, ainda mais com as diferenças editoriais entre os veículos – que fazem até a data de publicação de uma reportagem render uma extensa discussão. Mas o compartilhamento de informações, técnicas e ideias oferece uma oportunidade de aprender com outros repórteres, com suas habilidades e com seu modo único de apurar, sistematizar e olhar para uma história. (NEWSLETTER DOS ALIADOS, 2020c).

Um dos projetos colaborativos transnacionais mais conhecido é o *Panamá Papers*, que revelou como empresas e indivíduos estavam usando corporações offshore e contas bancárias para evitar impostos e fiscalização, às vezes ilegalmente. A colaboração, em português, foi intitulada de *The Panama Papers: políticos, criminosos e os negócios obscuros para esconder fortunas*, e reuniu 376 jornalistas em 76 países, que analisaram um total de 11,5 milhões de arquivos. A investigação foi coordenada pelo International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ), organização já mencionada nessa pesquisa como integrante de uma rede de apoio e suporte ao jornalismo independente (entre outros) no mundo.

²²⁶ https://apublica.org/2020/08/igreja-universal-e-investigada-por-movimentacoes-bancarias-suspeitas-na-argentina/?mc_cid=96ea0c1450&mc_eid=825993cf13

Nessa contextualização dos projetos colaborativos transnacionais, é preciso lembrar que a *Agência Pública* já inicia inserida em uma dessas colaborações. Como contextualizado no Capítulo 4, uma das cofundadoras e codiretoras da *Agência Pública* – inclusive entrevistada para essa pesquisa –, foi a única jornalista brasileira que integrou o projeto *Cablegate*, do *Wikileaks*, que vazou documentos diplomáticos americanos. Inicialmente, o projeto contava com jornalistas de diferentes partes do mundo e com os jornais *The Guardian*, *The New York Times*, *Le Monde*, *El País* e *Der Spiegel*. A jornalista brasileira foi quem organizou a parceria do *Wikileaks*, à época, no Brasil, com o jornal *Folha de S. Paulo* e *O Globo*. Essa parceria ocorreu nos últimos meses de 2010 e no início de 2011 a *Agência Pública* entrava no ar. Durante seu primeiro ano de existência, a *Agência Pública* se transformou na parceira do *Wikileaks* no Brasil.

Esses projetos colaborativos no jornalismo, transnacionais ou mesmo nacionais, não são novos, muito menos uma prática exclusiva do jornalismo independente. Um exemplo contemporâneo dessa prática pode ser observado no Brasil, durante a pandemia do novo coronavírus, com um consórcio formado por seis grandes veículos da imprensa *mainstream* no país²²⁷ que se uniram, de maneira colaborativa, para levantarem dados atualizados sobre a pandemia junto as secretarias estaduais de saúde, uma vez que o governo federal, por meio do Ministério da Saúde, primeiro tirou do ar o portal onde essas informações eram atualizadas e, quando voltou, passou a disponibilizar informações de maneira parcial.

Outro ponto que é necessário destacar é as parcerias que se estabelecem e se repetem, reforçando a ideia de uma relação transfronteiriça, uma rede de organizações de jornalismo independente latino-americana. Essa rede, evidentemente, não é única e homogênea. Ainda que exista, por exemplo, a presença de brasileiros em alguns projetos, e também em organizações de apoio, como se viu no Capítulo 5, elas são menos recorrentes que entre a América hispânica, e, da mesma forma, ainda que haja recorrência, não são sempre os mesmos veículos em todos os projetos transnacionais. Outro aspecto, nessa rede, é a eventual presença de veículos de jornalismo de outros países, externos à América Latina, e também do jornalismo tradicional, como a *TV Globo do Brasil*, e *El Tiempo* da Colômbia, por exemplo.

Diante de um jornalismo que é semelhante, que compartilha formatos, e também de problemas comuns, assim como territorialidades em comum, as redes se fortalecem e se retroalimentam. A existência dessas redes nos territórios é inseparável da questão do poder e atribui a alguns atores um papel privilegiado na organização do espaço, cumprindo um papel

²²⁷ Integram o consórcio os jornais *Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e *Extra* e os portais *G1* e *UOL*.

de integração territorial (SANTOS, 2014). Santos (2014), evidentemente, não tratava das redes de apoio e colaboração jornalísticas, contudo, ao transpor essa compreensão à produção do jornalismo independente, entende-se a importância dessas redes no fortalecimento do fenômeno, desde sua constituição simbólica nos territórios, até seu potencial a integrar as disputas de poder simbólico nos territórios.

A compreensão da produção das organizações de jornalismo independente, quando vistas na relação integral do circuito da cultura, reforça que a técnica é a mesma da mídia tradicional (OLIVEIRA, 2017), ainda que a rotina possa ser diferente. É preciso levar em consideração, aqui, os aspectos das condições de produção, principalmente, que possibilitam a autonomia editorial, que refletem na apropriação dessas organizações das particularidades e necessidades latino-americanas refletidas em seus eixos de investigação. E ainda, o reforço de que a existência e a troca de uma rede de jornalismo independente nos territórios da América Latina, potencializa a produção e o alcance de suas produções.

Os momentos em que se identifica o pós-fordismo, e com isso também o fordismo, ao longo desse capítulo, indicam características que conectam essa produção, em alguma medida, com os territórios. Essas categorias são um meio de entender que *forma cultural* é esta sob o seu aspecto produtivo e como está alinhada a um movimento do próprio capitalismo no sentido dos seus processos produtivos, como algo que a alinha com um tempo presente.

Em suma, o pós-fordismo está presente na flexibilidade das rotinas de trabalho, seja em relação à horários, ou mesmo à organização da produção, o que, de alguma maneira, também irá refletir em relações de trabalho flexíveis (como no caso dos freelancers ou até voluntários) e conseqüentemente na remuneração desses profissionais. Ele também está presente em algumas decisões editoriais, em pautas coletivas e na interferência dos leitores; no trabalho feito em casa, fora de uma sede formal, e de forma colaborativa entre profissionais de dentro e fora das organizações. Contudo também se evidencia aspectos próprios do fordismo, como a estrutura hierárquica da redação, uma certa rotina de trabalho por parte de um núcleo fixo de profissionais, relações formais de trabalho, estrutura física com condições adequadas, rotina semanal com reunião de pauta, edição e publicação que respondem a uma certa lógica tradicional.

Evidentemente, esses pontos não são regra, dada a diversidade organizacional e produtiva do jornalismo independente, como se tem analisado, podendo estarem presentes em determinada realidade e em outra não. Ocorre, inclusive, de haver aspectos tanto típicos do fordismo, quanto do pós-fordismo, em uma mesma organização, próximo ao que apontou Fonseca (2005), no início dos anos 2000, em sua pesquisa em um jornal de referência brasileiro,

ou seja, uma transição e certa convivência entre os dois sistemas de produção, como segue ocorrendo em parte dos setores produtivos capitalistas na contemporaneidade.

Em territórios periféricos, como os latino-americanos, inseridos no capitalismo global, há uma fragilidade maior em termos de garantia de direitos e condições adequadas de trabalho, e isso se reflete na produção do jornalismo independente desta região. Se os jornalistas do jornalismo independente muitas vezes vão para estas experiências porque são expulsos das redações tradicionais, seja por questões editoriais ou trabalhistas, nem sempre conseguem construir as condições adequadas ou ideias de trabalho, mantendo em parte a precarização.

7 A FORMA E O CONTEÚDO DO JORNALISMO INDEPENDENTE LATINO-AMERICANO

Si el poder político abusa, es corrupto, autoritario y represivo, pero no hay libre flujo de información, la sociedad no tiene capacidad para oponerse o simplemente defender sus derechos. Entonces, la libertad del pueblo se ve seriamente restringida. (NÓMADA, *Sin prensa independiente no puede haber democracia*, 15 de outubro de 2020).

Os produtores do jornalismo independente nos territórios latino-americanos estabelecem, de maneira geral, temáticas delimitadas em torno da defesa da democracia e dos direitos humanos e adotam o termo *independente* ancorados em modelos de negócio e de financiamento a partir dos quais buscam uma abordagem sem amarras com os poderes instituídos. Esse discurso adotado por essas organizações foi identificado e problematizado até aqui, nessa pesquisa. Após os momentos da cultura vivida, das condições de produção e da produção, chega-se ao produto, ou seja, ao que, de fato, o jornalismo independente latino-americano está entregando aos seus consumidores, em termos de forma e de conteúdo.

Tem-se no jornalismo independente da América Latina uma produção condicionada, muitas vezes, por agentes externos, como organizações que o apoiam e auxiliam na estruturação do projeto, sejam elas latino-americanas ou internacionais, que, a partir de seus cursos, eventos e consultorias integram o processo de configuração dessa *forma* jornalística. Também há o desafio do financiamento, uma condição de produção essencial para o funcionamento dessas organizações. E nesse sentido há uma pluralidade de modelos de negócios, em sua maioria, condicionados por doações de organizações internacionais, que em um movimento verticalizado, também participam do processo de reconfiguração desse formato cultural. No entanto, é essa diversidade que tem possibilitado ao jornalismo independente buscar a manutenção de seus princípios, como a liberdade, e a defesa da democracia e dos direitos humanos.

A pluralidade de modelos e estratégias se desenvolvem em um contexto de pós-fordismo que reflete em uma produção flexível, que se vale, muitas vezes, desse regime para manter suas atividades, por meio de *freelancers*, colaboradores e voluntários, o que, em alguns casos resulta em uma precariedade do ponto de vista das condições estruturais de trabalho e da garantia de direitos trabalhistas. Contudo, também há as experiências de jornalismo independente que tem conseguido alcançar uma certa estabilidade nesse aspecto, projetos que em geral são tidos como referência, como *La Silla Vacía* e *Agência Pública*, entre outros.

Também vai se constituindo enquanto uma *forma* híbrida, que aciona tanto a *matriz cultural* racional-iluminista, de ideais liberais, quanto uma popular, a partir de uma nova

resistência e ressignificação da realidade além do hegemônico, em territórios latino-americanos constituídos de vários tempos históricos que convivem com os avanços tecnológicos.

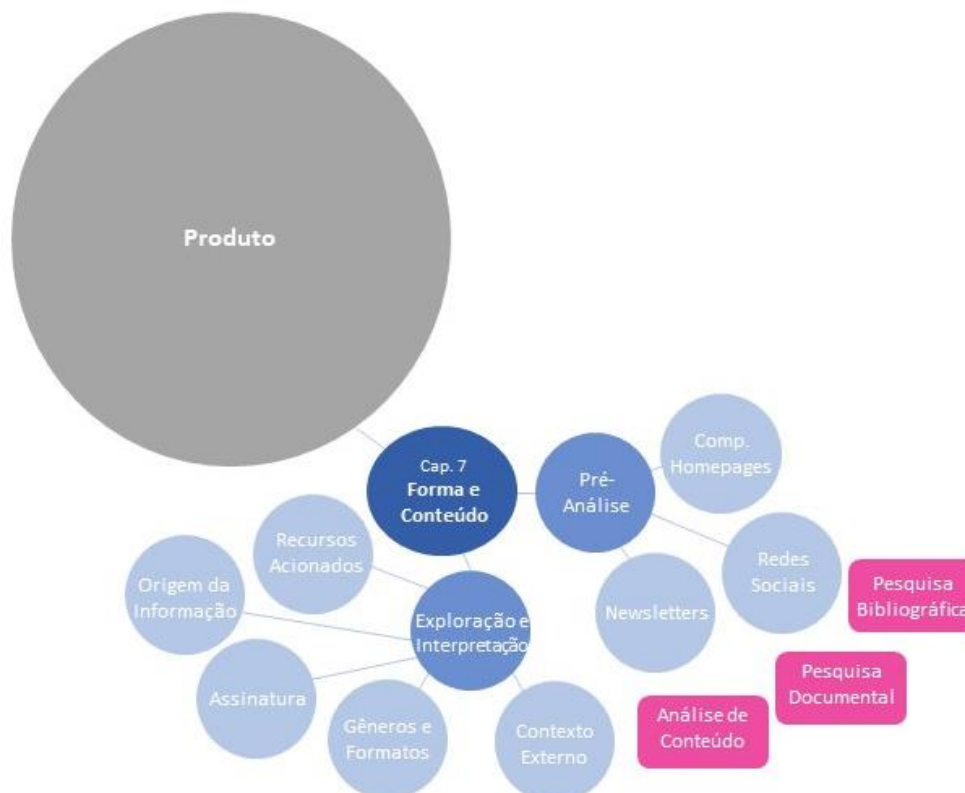
Para os Estudos Culturais, “os produtos culturais [são] como agentes da reprodução social, acentuando sua natureza complexa, dinâmica e ativa na construção da hegemonia” (ESCOSTEGUY, 2010a, p. 146). É nessa abordagem que, de acordo com Felippi e Escosteguy (2013) o jornalismo deixa de ser visto apenas com uma função informativa e/ou descritiva da realidade, e passa a ser compreendido como um sistema simbólico no qual valores e padrões são ensinados.

Esse capítulo, portanto, tem como objetivo identificar e analisar a forma e o conteúdo do jornalismo independente, delimitando essa análise nas oito organizações entrevistadas para essa tese: *Agência Pública* (Brasil), *Sudestada* (Uruguai), *Chequeado* (Argentina), *GK.city* (Equador), *La Silla Vacía* (Colômbia), *Contra Corriente* (Honduras), *Nómada* (Guatemala) e *Animal Político* (México). Johnson (2010), ao tratar do momento texto no circuito da cultura, explica que não se trata de estudar o conteúdo por ele próprio, nem pelos efeitos sociais que ele produz, e sim pelas formas subjetivas ou culturais que ele efetiva e torna disponíveis.

Para tanto, vale-se dos preceitos da Análise de Conteúdo (AC), a partir de Bardin (1977), para quem esse é um método de análise que estuda motivações, atitudes, valores e desvenda ideologias, sendo “um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 1977, p. 38). A Análise de Conteúdo no jornalismo auxilia na compreensão sobre quem produz e também a estabelecer parâmetros culturais implícitos, bem como entender a lógica organizacional por trás desses conteúdos (HERSCOVITZ, 2007).

A AC, conforme Bardin (1977), consiste em três etapas básicas: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados obtidos/interpretação. Na primeira, a autora recomenda o que denomina de leitura flutuante, um passeio pelo material a ser analisado e, a partir disso, a definição do *corpus* e o preparo do material. Nessa tese, essa leitura flutuante foi sendo desenvolvida ao longo dos anos da pesquisa e, de maneira periódica, ao longo do mês de agosto de 2020, nos sites, redes sociais digitais e *newsletters* das oito organizações de jornalismo independente. Na pré-análise, apresentada na sequência, para além da delimitação para etapa seguinte, faz-se uma descrição do material observado, como sua forma, seções e periodicidade. A segunda etapa apontada por Bardin (1977) é a da exploração do material, na qual a análise do *corpus* é aprofundada, a partir de uma categorização, seguida pela terceira etapa, a da interpretação. A Figura 13 ilustra o percurso metodológico do capítulo.

Figura 13 – Esquema metodológico do Capítulo 7



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Para a pré-análise, além da observação contínua, realizou-se a leitura flutuante, a fim de evidenciar a forma do jornalismo independente. Fez-se um levantamento dos conteúdos publicados durante o mês de agosto de 2020, para identificar a periodicidade e o retrato dos sites no dia 06 de setembro de 2020, às 20h, para identificar a composição das *homepages*. A data do ano é aleatória, o que já não é o caso do dia da semana, um domingo. Essa escolha se dá por dois motivos: o primeiro deles é a diversidade observada nos sites analisados, enquanto uns tem publicações constantes, outros não têm uma periodicidade estabelecida e, assim, um retrato da *homepage* em um domingo poderia dar conta de um conjunto de textos publicados durante a semana. A segunda razão é o fato de, no jornalismo, o fim de semana, principalmente o domingo, ser o dia da semana em que se publica – ou transmite – um material jornalístico de maior fôlego, como por exemplo as reportagens especiais. Dessa maneira, esse parece ser um recorte que pode dar conta, em sua totalidade, do trabalho desenvolvido ao longo de uma semana. Para tal, por se tratar de um *corpus* online, em constante atualização, utiliza-se como recurso de registro a captura de tela.

Já na etapa da exploração do material, adianta-se, delimita-se como unidade de registro a *homepage* dos sites no dia 06 de setembro de 2020, tendo como unidade de registro o conteúdo que estava em destaque no site naquele momento. Nos oito textos recortados, utilizou-se

categorias a partir de Silva e Maia (2011), ao elaborarem um protocolo de análise de cobertura jornalística, como um complemento a metodologias como a de Análise de Conteúdo. Ainda que essa pesquisa não aborde uma cobertura específica, as categorias elencadas pelas autoras parecem dar conta da análise proposta. Além disso, de acordo com Silva e Maia (2011), a partir desses aspectos, é possível identificar, também, marcas da produção, o que está em consonância com o circuito da cultura de Johnson (2010).

Dessa maneira, nos textos recortados, identifica-se, nessa ordem²²⁸, o *contexto externo*, no qual, conforme Silva e Maia (2011) caracteriza-se o tema/acontecimento/assunto do texto na relação com a conjuntura sócio-histórico-cultural. Na sequência identificam-se os *gêneros jornalísticos* e seus formatos, que irão evidenciar se há predomínio, no *corpus*, de algum formato específico; após, a partir da *assinatura* no texto, infere-se sobre a relação do jornalista responsável com a organização (trata-se de um jornalista da equipe fixa? Um colaborador externo? Um projeto colaborativo?). As fontes consultadas são identificadas na sequência, em *origem da informação*, em que busca-se no texto a natureza das fonte – humana, documental, eletrônica – a forma como a informação foi obtida – direta ou indiretamente – e a posição das fontes no contextos do acontecimento – *diretas* (poder público, institucionais, cidadãos, especialistas, assessoria de imprensa e *off*) ou *indiretas* (agências de notícias, outros veículos jornalísticos, publicações científicas, documentos impressos e eletrônicos, internet, republicação). Por fim, verificam-se os *recursos visuais/adicionais*, como o uso de infográfico, gráfico, tabela, fotografia, vídeo, documentos e links.

7.1 Pré-análise: uma descrição da composição das *homepages*, redes sociais e *newsletters*

Essa etapa consiste em um movimento para identificar a composição das *homepages* das oito organizações de jornalismo independente estudadas nessa pesquisa, e também em verificar como se dá o uso das redes sociais digitais de cada uma delas, bem como o uso ou não de *newsletters*, em um caráter exploratório e descritivo. No que diz respeito às redes sociais digitais e às *newsletters*, trata-se de uma leitura flutuante (BARDIN, 1977) sobre as mesmas.

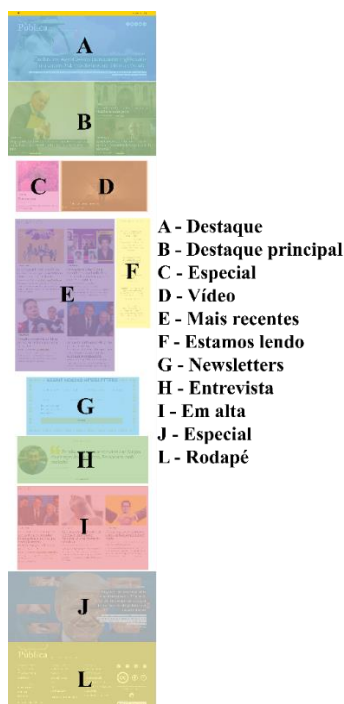
²²⁸ Silva e Maia (2011) propõem uma ordem distinta, no que chamam de níveis de análise, no entanto, essa ordem foi alterada para essa pesquisa por entender que tem mais sentido para a análise proposta. Além disso, as autoras mencionam outras três categorias aqui desconsideradas. Uma delas é a *localização do texto* nos veículos, mas esse já foi um critério de recorte dos textos analisados. Outro aspecto é o *contexto interno*, em que se evidenciam elementos da produção e condições de produção, porém essa discussão já foi feita nos capítulos anteriores. Há, ainda, o *local*, no intuito de busca vestígios no texto que indiquem se o texto foi produzido *in loco* ou de dentro da redação, mas como o recorte temporal se deu durante o período de isolamento social em decorrência da pandemia do novo coronavírus, essa categoria também foi desconsiderada.

Já para as *homepages* delimitou-se um retrato dos sites no dia 06 de setembro de 2020, às 20h, de suas versões para o computador (e não a *mobile*, que tem outra disposição). Na sequência, esses elementos são explorados em cada uma das organizações. Inclui-se nessa leitura flutuante um levantamento do número de conteúdos publicados ao longo do mês de agosto de 2020. Para esse levantamento, buscou-se em cada uma das seções dos sites as publicações entre os dias 1º e 31 de agosto de 2020.

Inicia-se pelo site da *Agência Pública* (Brasil), que apresenta um menu lateral superior com as seções: Reportagem, Especiais, Dados, Entrevistas, Vídeos, Mais (Da Redação, Crônicas, HQ, Ensaio, Perfil), Sobre (Quem somos, Transparência, Contato), Republique e as opções de acessar parte das informações do site em Inglês e/ou Espanhol. A seção Reportagens é a que agrega a maior parte do conteúdo da *Agência Pública*; já Especiais agrupa o conjunto de séries de reportagem, em especial as colaborativas; Dados reúne as reportagens feitas a partir do levantamento e cruzamento de números e estatísticas e entrevistas e vídeos, o próprio nome já diz. Chama-se atenção para o fato de, na seção Vídeos, o conteúdo mais recente, na data delimitada, ser de sete meses antes. A seção Da Redação, por sua vez, agrupa textos informativos da própria *Agência Pública*, como por exemplo, o anúncio das microbolsas de investigação jornalística. Crônicas, HQs, Ensaio e Perfis são seções sem publicações entre janeiro e agosto de 2020.

A *homepage* da *Agência Pública* está composta conforme a Figura 14.

Figura 14 – Composição homepage Agência Pública



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Observa-se que, apesar de haver na composição da *homepage* da *Agência Pública* um destaque, a distribuição do conteúdo na página principal se dá por ordem de publicação e não de temas ou prioridades. Ou seja, o que estava como destaque principal da página no dia da captura de tela na Figura 14, desceu para os destaques secundários assim que entrou um novo conteúdo, tenha sido ele uma reportagem, uma entrevista ou mesmo alguma notícia a partir da redação da *Agência Pública*. A área C, conforme Figura 14, chamava para uma cobertura especial sobre o Coronavírus e, infere-se, pela atualidade do tema no período da análise, foi uma área que não teve seu conteúdo alterado. O mesmo não ocorre nas áreas D, H e J, que parecem alternar sem critério.

Destaca-se ainda a área F, o “Estamos lendo”, em que a *Agência Pública*, aparentemente, compartilha com seu público as notícias que sua equipe está lendo, de outros veículos de mídia. Na data delimitada, por exemplo, havia um texto sobre educação, do *Canal Reload*, um outro sobre o governo Bolsonaro, do *The Intercept Brasil*, um terceiro sobre os abortos no Brasil, da *Revista Piauí*, outro sobre segurança pública, da *Ponte Jornalismo*, e um último sobre a Amazônia, do *Mongabay*. Chama atenção o fato de, neste recorte, nenhum dos veículos serem tradicionais. No entanto, não é incomum encontrar nessa área textos publicados por veículos como *Folha de S. Paulo* ou *UOL*. Cada um dos títulos dessas áreas remete ao seu link original de acesso. Apesar de ser uma área da *homepage* de conteúdo externo e que está posta ali sem nenhuma contextualização, o título “estamos lendo” indica ao público o que e onde ler. Ao compartilhar, nesse espaço, conteúdos de veículos tradicionais, inclusive, a *Agência Pública* reforça a ideia de que não está em posição de oposição ao *mainstream*, o que, como se viu, é uma característica do jornalismo alternativo.

A área E da *homepage* da *Agência Pública*, conta com um menu que direciona para informações sobre a organização e para orientações sobre a republicação do seu conteúdo. Vale, nesse sentido, reforçar que a *Agência Pública*, como seu nome já diz, é uma agência, e, portanto, todas as suas reportagens podem ser livremente reproduzidas por outros veículos, sob a licença *creative commons*. Nessa parte inferior do site, há também, links que direcionam para as seções já mencionadas e para alguns dos especiais. Há, também, links para as redes sociais digitais.

Fez-se um levantamento do conteúdo publicado pela *Agência Pública* no mês de agosto de 2020. Verificou-se um total de 24 publicações, em uma média de cerca de cinco textos por semana, sendo que nenhum deles foi posto no site em sábados ou domingos. A Tabela 1 apresenta esses números.

Tabela 1 – Publicações por seção na Agência Pública

| Seção | Quantidade de matérias | (%) |
|--------------|-------------------------------|-------------|
| Reportagem | 13 | 54% |
| Especiais | 5 | 21% |
| Dados | 1 | 4% |
| Entrevista | 3 | 0% |
| Vídeos | 0 | 0% |
| Crônicas | 0 | 0% |
| HQ | 0 | 0% |
| Ensaio | 0 | 0% |
| Perfil | 0 | 0% |
| Da redação | 2 | 8% |
| TOTAL | 24 | 100% |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Desse total de textos, 22% é proveniente de projetos colaborativos, sejam eles transnacionais ou não. Entre as temáticas, sobressaem-se pautas sobre ao governo Bolsonaro, especialmente, mas sempre relacionadas ao escopo temático da *Agência Pública*, à temas como meio ambiente e direitos humanos. O mesmo ocorre quando as pautas são sobre a pandemia de Covid-19, quando a abordagem se dá em questões como direitos à saúde e à moradia. Outras temáticas recorrentes são a Amazônia, a violência contra a mulher e os evangélicos, esses últimos em investigações relacionadas à política e lavagem de dinheiro.

Acompanha-se o trabalho da *Agência Pública* desde pesquisa anterior (OLIVEIRA, 2017), e observa-se um alargamento no tocante às temáticas. A organização delimitava seu trabalho aos direitos humanos, de forma explícita em seu site, mas ampliou para uma abordagem mais transversal, como consta no Quadro 8, do Capítulo 6 e pode ser identificado nesse levantamento.

Interessante observar que, apesar de ser uma agência de reportagens e focar em um trabalho com seus republicadores, e não para uma audiência própria, a *Agência Pública* investe em *newsletters* e redes sociais digitais. A Figura 14 evidencia que a área G, destinada à assinatura das *newsletters* da *Agência Pública*, ocupa um considerável espaço na composição da *homepage*. A *Newsletter da Pública*, como é chamada, é enviada toda sexta-feira por e-mail para seus assinantes, de forma gratuita. Ela inicia sempre com o texto de uma de suas cofundadoras, em um formato de editorial, ainda que não explicita isso. Nesse texto, a jornalista aborda, em geral, um dos assuntos destaque na semana no país, de maneira posicionada. A estrutura que segue oferece “o que você perdeu na semana”, uma curadoria que consiste em um pequeno resumo de algumas notícias, normalmente com links para sites de outros veículos

jornalísticos, na sequência “As últimas do site”, com as publicações mais recentes da *Agência Pública*, e um “Pare para ler”, com a indicação de uma matéria, também em outro veículo. Há, também a *Newsletter dos Aliados*, exclusivamente para o público que doa, sistematicamente, para a agência. Enviada diretamente pela editora de audiências, com quem o *aliado* pode manter contato, essa *newsletter* chega aos e-mails cadastrados cerca de uma vez por semana. Nela, algum jornalista conta sobre os bastidores de uma reportagem que apurou e foi publicada recentemente. Na sequência há um “Rolou na Pública”, com indicação de duas outras publicações, e o “Cartas dos aliados”, com comentários dos leitores sobre o tema da *newsletter* anterior.

Em relação às redes sociais digitais destacam-se dois aspectos. O primeiro deles é a demarcação de um lugar de fala. A capa no canal do *Youtube* traz o texto “Financie o jornalismo investigativo liderado por mulheres”; na descrição do *Twitter* “Jornalismo investigativo é remédio contra ignorância e autoritarismo”, no *Instagram* “A primeira e a única agência de jornalismo investigativo do Brasil”. Já o *Facebook* mantém uma linha de apresentação mais próxima ao Quem Somos do site. Essas apresentações nas redes sociais digitais aliadas ao formato da *Newsletter da Pública* semanal, explicitam um discurso auto distintivo, marcando o que seria seu diferencial: a liderança de mulheres, o pioneirismo e, nas entrelinhas, a defesa da democracia no Brasil. O outro aspecto diz respeito às postagens que, apenas replicam o conteúdo do site.

Figura 15 – Redes Sociais Digitais da Agência Pública



Fonte: Perfis no Twitter, Instagram e Facebook da Agência Pública (2020).

A Figura 15 mostra postagens da *Agência Pública* em suas contas do *Twitter*, *Instagram* e *Facebook*, respectivamente, sobre a reportagem *Grupo de mídia evangélica que pertence a senador bolsonarista é um dos que mais dissemina desinformação, afirmam pesquisadores*²²⁹. Essas imagens ilustram como funciona, de maneira geral, o uso das redes sociais digitais por parte da organização: uma reprodução do seu conteúdo do site, com link, imagem e um pequeno resumo sobre a reportagem. Evidentemente esse não é o formato de todo o conjunto de postagens, mas é o que mais se destaca. Outro recurso bastante utilizado pela *Agência Pública* em suas redes sociais digitais, especialmente no *Twitter* e no *Facebook* é o de compartilhar reportagens antigas, sempre marcadas com a *hashtag* *#ArquivoDaPública*. Entre elas, o *Twitter* é o mais atualizado, provavelmente pelas características e dinamicidade dessa rede.

Faz-se essa leitura flutuante pelas redes sociais digitais das organizações que constituem o *corpus* da pesquisa pois há um consenso do desafio de produzir conteúdo editorial em formatos que melhor funcionem para cada uma delas, o que também guarda relação com a lógica de circulação da informação nessas plataformas (BELL; OWEN, 2017).

O site do mexicano *Animal Político*, por sua vez, apresenta um menu superior com as seções México Desigual, El Plumaje, El Sabueso, Especiales, Video, Hablemos de... e Archivo. Em México Desigual estão os texto de cunho social e de direitos humanos; El Plumaje reúne textos opinativos de autores e/ou organizações externas à *Animal Político*; El Sabueso é a seção de *fact-checking*; Especiales agrupa séries de reportagens e coberturas especiais; em Videos está a produção audiovisual de *Animal Político*; Hablemos de... reúne o conteúdo pago – responsável por cerca de 30% do orçamento da organização –, e em Archivo está todo o conjunto de textos, muitos deles, inclusive, que não fazem parte de nenhuma das outras seções.

A *homepage* de *Animal Político* está organizada conforme indica a Figura 16.

²²⁹ <https://apublica.org/2020/08/grupo-de-midia-evangelica-que-pertence-a-senador-bolsonarista-e-um-dos-que-mais-dissemina-desinformacao-afirmam-pesquisadores/>

Figura 16 – Composição da homepage de Animal Político



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Diferente da *Agência Pública*, *Animal Político* tem anúncios em sua *homepage*, pelo *Google Ads* – marcados com a letra A na Figura 16. Na data desse retrato do site havia dois anúncios, mas em geral são cerca de cinco. Nessa delimitação de áreas tem-se em B e C, o destaque principal e os destaques secundários e nas áreas D os textos mais recentes. Esses destaques, contudo, assim como na *Agência Pública*, seguem uma ordem de publicação e, considerando o fluxo de conteúdos no site, durante um mesmo dia, o que está no destaque principal vai para a área dos mais recentes. Na área E, o Destacado, direciona para cinco matérias, às vezes do próprio *Animal Político*, ou para sites externos, mas que pertencem ao mesmo grupo editorial. El Plumaje, na área F, destaca os seis textos opinativos mais recentes e, assim como os destaques, vai sendo atualizado ao longo do dia. As demais áreas representam algumas das seções do site. Destaca-se a presença de uma tirinha, sempre do cartunista Jorge Penné, atualizada semanalmente. O site mexicano também oferece o serviço de *newsletter* para seus leitores, e a área para assiná-la é visível na *homepage*. As *newsletters* de *Animal Político* são enviadas de segunda a sexta-feira, durante a manhã. Elas direcionam para cinco matérias e um texto de opinião da seção El Plumaje, todos publicados no dia anterior.

Há, também na *homepage*, um chamado, na área D, para uma seção com conteúdo sobre a Covid-19. A seção inicia com gráficos sobre a situação pandemia do novo coronavírus no México, atualizados diariamente, com informações como o número de pessoas contaminadas e mortos, casos ativos e recuperados, entre outros. Logo abaixo há links e uma área chamada de Desinformación, onde estão checagens feitas para El Sabueso e na sequência o Información Útil, com conteúdo de diferentes seções de *Animal Político*, que tratam do tema, além de vídeos. Por fim há imagens com infográficos, uma maneira de apresentar e facilitar o entendimento do conteúdo, conforme Figura 17.

Figura 17 – Infográfico da seção de Covid-19 de Animal Político



Fonte: <https://www.animalpolitico.com/coronavirus-covid-19/>

No tocante ao fluxo de publicações em seu site, evidenciou-se em *Animal Político*, no mês delimitado, um total de 756 novos textos. Contudo, como mostra a Tabela 2, 28% deles, são referentes a seção El Plumaje, e, portanto, são textos opinativos e de autores externos, não pertencentes à produção de *Animal Político*, e não foram encontradas informações sobre como se dá a dinâmica dessa seção. Hablemos de..., a seção de conteúdo comercial, por sua vez, representa 1% e Video 3%. As matérias em textos de produção própria de *Animal Político*, em agosto de 2020, corresponderam as somas de México desigual, El Sabueso e Archivo, em um total de 69%. Ao desconsiderar apenas a seção El Plumaje, *Animal Político* teve uma média de 18 textos publicados por dia – há atualização do site sete dias por semana.

Tabela 2 – Publicações por seção em Animal Político

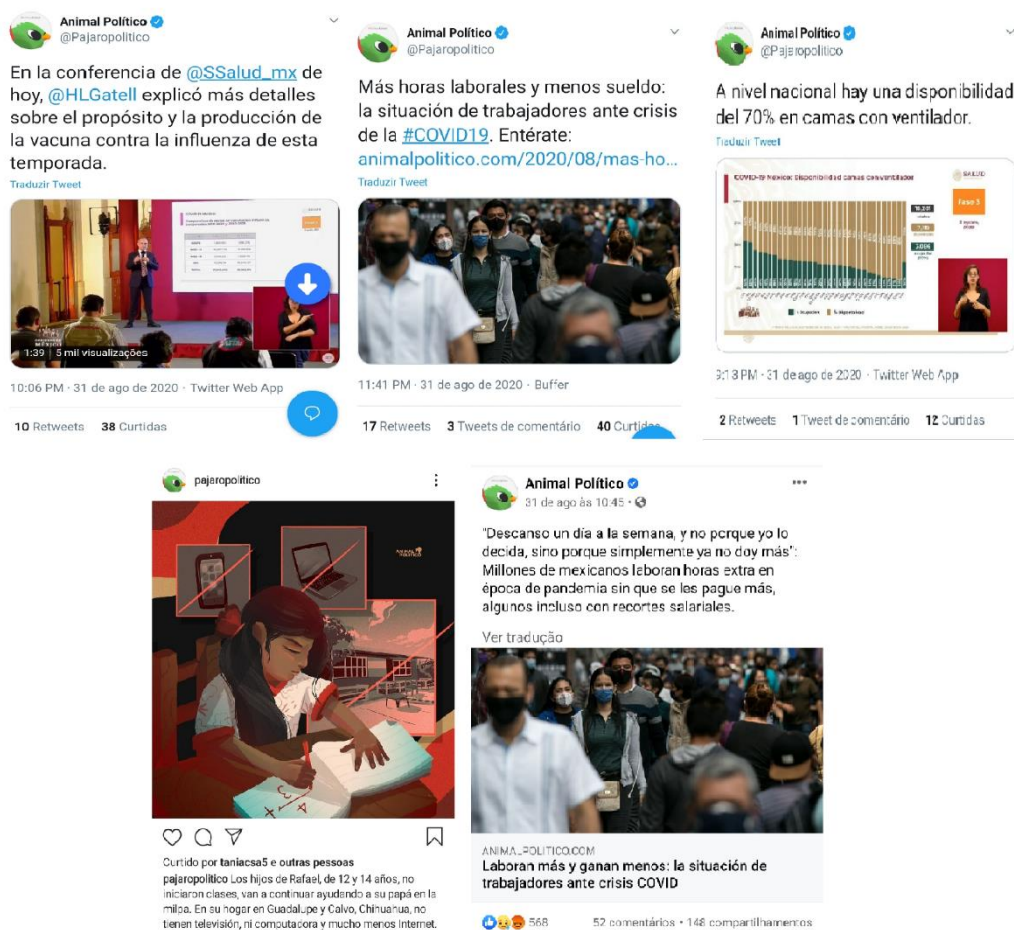
| Seção | Quantidade de matérias | (%) |
|-----------------|------------------------|-------------|
| México Desigual | 2 | 1% |
| El Plumaje | 210 | 28% |
| El Sabueso | 25 | 3% |
| Video | 21 | 3% |
| Hablemos de... | 7 | 1% |
| Archivo | 491 | 65% |
| TOTAL | 756 | 100% |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Animal Político, diferente da *Agência Pública*, não declara que prioriza a produção de reportagens investigativas, ainda que elas estejam presentes em seu site. O elevado número de publicações, quando comparado com a organização brasileira, se dá pelo fato de publicarem textos mais curtos, notícias do dia. Observa-se como temática recorrente as dinâmicas políticas mexicanas, especialmente no que diz respeito ao governo federal, isso também implica em uma maior resposta à conjuntura. Nesse total de textos sobressaíram-se pautas sobre o governo, corrupção, desigualdade, violência e a Covid-19. E, ainda que o foco dessa pesquisa não seja a desinformação, na seção El Sabueso, de fact-checking, identifica-se três temáticas principais: o governo federal, a Covid-19 e mensagens falsas viralizadas nas redes sociais digitais.

Para navegar nas redes sociais digitais de *Animal Político* é preciso lembrar que a organização nasceu como uma conta no *Twitter* e só um ano depois deu início ao site. As redes sociais digitais da organização, em 2020, cumprem muito mais um papel de interação e aproximação com a audiência (EDITORA GERAL DE ANIMAL POLÍTICO, 2020). Intui-se que sua história de formação justifique o fato de que o perfil de *Animal Político* no *Twitter* seja constantemente atualizado durante o dia, chegando a mais de cem postagens em 24 horas e a 2,3 milhões de seguidores.

Figura 18 – Redes sociais digitais de Animal Político



Fonte: Perfis no Twitter, Instagram e Facebook da Animal Político (2020).

A Figura 18 mostra a diversidade de postagens em *Animal Político*, em suas distintas redes sociais digitais. As três capturas de tela na parte superior da figura são do perfil da organização no *Twitter*, onde, de maneira geral, são reproduzidos os links com os textos publicados no portal, mas também o compartilhamento de pronunciamentos ao vivo em vídeo, e uma espécie de cobertura instantânea. Já no *Instagram*, *Animal Político* faz uso de fotografias e ilustrações, com parte do conteúdo do texto que está no portal na legenda da imagem, além de alguns vídeos. E no *Facebook*, por sua vez, observa-se a prevalência de uma reprodução dos links do seu site. Além disso, especialmente no *Twitter*, observa-se uma constante interação com a audiência.

Desde a Argentina, a *homepage* de *Chequeado* conta com um menu que possibilita a navegação no site por seções e/ou por temas. A partir dos temas, se é direcionado aos conteúdos de Economia, Saúde, Educação, Justiça e Trabalho. Já nas seções se tem *Chequeos*, onde frases do âmbito público são selecionadas, checadas e qualificadas com as etiquetas de *Inchequeable*, *Verdadero*, *Verdadero, pero...*, *Discutible*, *Apresurado*, *Exagerado*, *Engañoso*, *Insostenible* ou

Falso. Além das etiquetas, essas matérias são acompanhadas de um texto. De acordo com o método de *Chequeado* (CHEQUEADO, 2020b), há declarações que são relevantes, mas nas quais não se aplicam as etiquetas. Essas declarações são apresentadas e aprofundadas na seção El Explicador. Já em Mitos & Engaños, são desmistificadas afirmações que se repetem, mas não se baseiam em evidências, como por exemplo, a chegada do homem à lua, explicada no texto *Sí, el hombre llegó a la luna, un chequeo de las teorías conspirativas*. Outras seções são Investigaciones, Falso en las redes e Blog, seção na qual se aborda, principalmente, questões acerca do *fact-checking* enquanto prática jornalística. Essas seções – e outras – estão dispostas na *homepage* de *Chequeado* conforme ilustra a Figura 19.

Figura 19 – Composição da homepage de Chequeado



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Chequeado também dispõe sua página inicial a partir de um texto principal de destaque (área a) e de destaques secundários. Ressalta-se que cada um desses textos, antes do título, está etiquetado com a seção a qual pertence. Logo abaixo está a área RedDes (Red Federal Contra la Desinformación), um projeto colaborativo do qual participam outros 27 veículos da Argentina e é coordenado por *Chequeado* com apoio do *Facebook*. O projeto tem dois objetivos principais: produzir e difundir conteúdos verificados acerca da desinformação sobre a Covid-19 e também formar jornalistas para a aplicação de métodos e ferramentas de verificação (CHEQUEADO, 2020c). A área D, por sua vez, destaca as checagens, a E evidencia uma investigação, e a F os textos da seção El explicador.

Já a área G chama para uma temática, a da educação e inovação, a única temática que ganha espaço de destaque na *homepage*, em detrimento das seções, seguida por uma chamada para Latam Chequea, um outro projeto colaborativo, dessa vez entre 30 veículos da América Latina, distribuídos em 18 países, com o objetivo de verificar e alertar sobre as desinformações acerca da pandemia do novo coronavírus em toda a região. Entre eles, há tanto organizações de jornalismo independente quanto veículos do jornalismo tradicional (CHEQUEADO, 2020d). As áreas J e L destacam outras duas seções, a Falso en las redes e a Hilando Fino, com a diferença que essa última não está entre as seções discriminadas no menu de acesso. O Rodapé, na área M, é recorrente nos sites observados, onde há links para informações sobre a organização, especialmente, seguido da área N, em que se listam as palavras-chave mais buscadas.

No que diz respeito ao fluxo de publicações, identificou-se em *Chequeado* uma média de três publicações por dia, durante o mês de agosto de 2020 – incluindo finais de semana. Chama atenção o fato de o maior número de publicações (56%) ser na seção El Explicador, e não em Chequeo, uma vez que *Chequeado* se apresenta como uma organização de *fact-checking*. Evidentemente, os textos de El Explicador guardam relação com o método de verificação de discurso, mas em um formato que não utiliza as qualificações. Destaca-se, ainda, que duas seções informativas, a Mitos&Engaños e a Investigaciones estarem desatualizadas naquele momento. As temáticas mais recorrentes são política e o governo federal, com seus desdobramentos em economia, educação e justiça, além da temática do novo coronavírus.

Tabela 3 – Publicações por seção em Chequeado

| Seção | Quantidade de matérias | (%) |
|--------------------|------------------------|-------------|
| Chequeos | 10 | 10% |
| El Explicador | 58 | 56% |
| Mitos&Engaños | 0 | 0% |
| Investigaciones | 0 | 0% |
| Falso en las redes | 12 | 12% |
| Hilando Fino | 15 | 14% |
| Blog | 0 | 0% |
| RedDes | 9 | 9% |
| TOTAL | 104 | 100% |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A *newsletter* de *Chequeado*, que também tem um espaço para assinatura na *homepage* do site, é enviada uma vez por semana, nas sextas-feiras. O conteúdo da *newsletter* consiste em um resumo da semana, com um pequeno texto inicial. Depois, segue dividido por subtítulos, com parágrafos que sintetizam os assuntos tratados, os acontecimentos e as checagens, todos com hiperlinks que direcionam aos textos na íntegra. Em seus perfis nas redes sociais digitais, observa-se que *Chequeado* busca diversificar o conteúdo. Ainda que o formato de postagem que prevalece seja o de reprodução do conteúdo do site, especialmente no *Twitter* e no *Facebook*, identifica-se uma variação dessa, seja no texto das legendas ou nas imagens.

Figura 20 – Redes sociais digitais de Chequeado

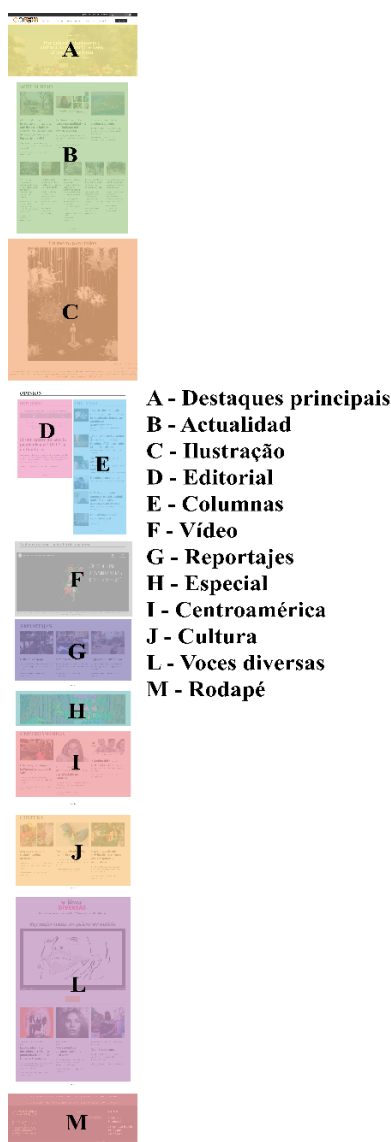
Fonte: Perfis no Twitter, Instagram e Facebook da Chequeado (2020).

Na Figura 20 se tem, respectivamente, capturas de tela do *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. As duas primeiras, como se pode observar, dizem respeito a um mesmo conteúdo no site. No entanto, há uma variação nos textos das legendas. Já a última captura de tela, do *Instagram*, exibe um conteúdo pensado exclusivamente para essa rede, na qual *Chequeado* explora vídeos e animações para apresentar o conteúdo do seu site em um outro formato.

Já em Honduras, *Contra Corriente* apresenta em seu site um menu com seis abas e suas respectivas subpáginas. *Especiales*, conta com quatro subpáginas, cada uma delas direciona para alguma série de reportagens especial. Já em seções, é possível acessar *Actualidad*, *Reportajes*, *Centroamérica* e *Voces Diversas*. Também se pode acessar o conteúdo do site por temas – *Derechos Humanos*, *Derechos sexuales y reproductivos*, *Estructuras de poder*, *Violencia y juventud*, *Medio Ambiente* e *Migración*. Na aba *Opinión*, se pode ir para *Editorial*, *Columnas* e *Cronistas de la cotidianidad*, e em *Multimedia*, para *Audiovisuales*, *Fotogalerías*, *Ilustraciones* e *Podcast*. Há ainda a aba *Formación*, que direciona para *Nuevas Narrativas Transmedia*, uma série de cursos e oficinas ofertadas por *Contra Corriente* em 2017.

As seções *Actualidad* e *Reportajes* se confundem, e inclusive chegam a compartilhar conteúdo. Já *Centroamérica*, é uma seção colaborativa, entre *ContraCorriente*, *No-Ficción* (Guatemala) e *Revista Factum* (El Salvador); e *Voces Diversas*, por sua vez, é uma seção de reportagens sobre a comunidade LGBTQI+. No conteúdo opinativo, chama atenção o fato de os editoriais não terem uma periodicidade, não há um por mês. Essa falta de periodicidade também é evidente em *Multimedia*, com conteúdos esporádicos.

Figura 21 – Composição da homepage de Contra Corriente



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A *homepage* de *Contra Corriente* também possui um destaque principal. Em realidade, são quatro destaques, em transição, mas diferente dos sites já vistos, esses destaques não estão lá por ordem do mais recente, indicando uma escolha do que deve estar na área A. Na sequência, na área B, há os textos mais recentes da seção Actualidad, e na área C uma ilustração ganha destaque. Logo abaixo, na área D, um editorial e ao seu lado, área E, as seis últimas columnas. Na área F há um vídeo, que remete a uma reportagem especial que, no dia da captura de tela, era um conteúdo sobre violência sexual, publicada em 2019. O vídeo é seguido pela seção Reportajes, que destaca três textos que não são os mais recentes. A área H destaca um outro especial, apenas com uma ilustração. Ressalta-se o fato de que esse destaque remetia a uma série de reportagens multimídia de 2017, três anos antes do momento da captura de tela. Na sequência se tem a área I, com a seção de Centroamérica, e a área J, com Cultura, uma seção

que não aparece no menu principal do site. Por fim há um espaço para Voces Diversas e o Rodapé da página. Ressalta-se, em relação a composição da *homepage* de *Contra Corriente* mantém em destaque textos já antigos, quando há produção mais recente, e, nesse sentido, intui-se que há escolha do que deve estar na página principal.

Essa falta de periodicidade, e também a pouca atualização, são evidenciadas pelo levantamento feito das publicações de *Contra Corriente* durante o mês de agosto de 2020, conforme a Tabela 4, que indica um total de 15 textos publicados no site no período. Desse total, é preciso considerar, ainda, que 27% deles – *Columnas* e *Cronistas de la cotidianidad* – são escritos por colaboradores externos e, portanto, não integram a produção jornalística da organização. Entre as temáticas, sobressai-se a pandemia do novo coronavírus, e seus desdobramentos na saúde pública e educação, e violência.

Tabela 4 – Publicações por seção em *Contra Corriente*

| Seção | Quantidade de matérias | (%) |
|------------------------------|------------------------|-------------|
| Actualidad | 6 | 40% |
| Reportajes | 2 | 13% |
| Centroamérica | 1 | 7% |
| Voces Diversas | 0 | 0% |
| Editorial | 0 | 0% |
| Columnas | 1 | 7% |
| Cronistas de la Cotidianidad | 3 | 20% |
| Audiovisuales | 1 | 7% |
| Fotogalerías | 0 | 0% |
| Ilustraciones | 0 | 0% |
| Podcast | 1 | 7% |
| TOTAL | 15 | 100% |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Não há no site de *Contra Corriente* nenhuma menção a existência do serviço de *newsletter*. Contudo, nas redes sociais digitais da organização, há chamados e links para a assinatura de boletins semanais, com sínteses que chamam para reportagens do site, incluindo imagens. Outros elementos inexistentes no site da organização que chama atenção são os ícones que direcionam aos seus perfis nas redes sociais digitais, há, apenas, links para os perfis pessoais de sua equipe no *Twitter*. Em seus perfis, identifica-se um padrão no formato das postagens que, na maioria das vezes, direciona para as reportagens no site. A Figura 22 é ilustrativa nesse sentido. As duas primeiras capturas de tela são do *Facebook* e do *Twitter*, respectivamente, e ambas compartilham o link de uma mesma reportagem. Já a captura de tela ao lado, do

Instagram, já apresenta uma postagem com um infográfico, sobre investigações do uso do dinheiro público no combate à pandemia do coronavírus. Evidentemente, assim como ocorre com o conteúdo das demais organizações de jornalismo independente descritos, em *Contra Corriente* há outros formatos de postagens, mas que são incomuns. De maneira geral, não se identifica uma tentativa de produção de conteúdo específico para as redes sociais digitais.

Figura 22 – Redes sociais digitais de Contra Corriente



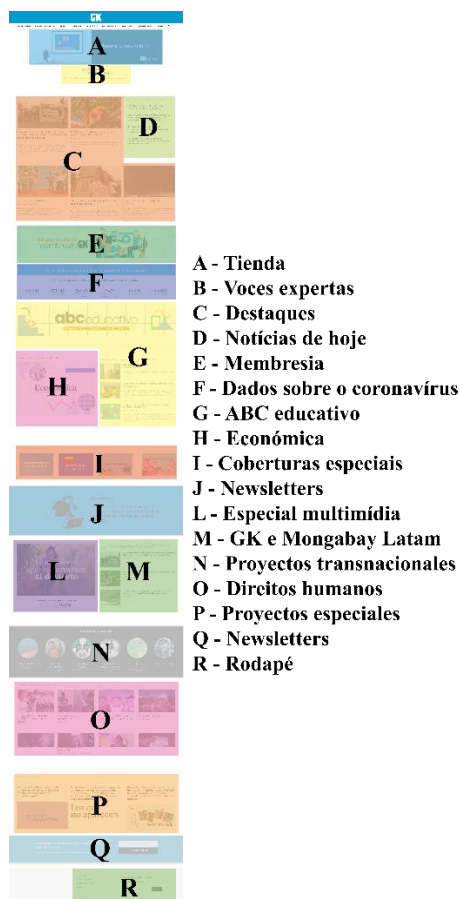
Fonte: Perfis no Twitter, Instagram e Facebook da Contra Corriente (2020).

Como se pode observar, os conteúdos são, em uma leitura fluante, múltiplos. Em *GK.city*, do Equador, a *homepage* conta com nove seções. Profundidad reúne texto que tem como objetivo explicar, analisar e dar contexto; La vida de los otros histórias sobre direitos, lutas e testemunhos de violência e discriminação; já Contexto busca contextualizar as notícias rápidas do cotidiano (GK.CITY, 2020a). Há, ainda, a seção Placeres, que faz um jornalismo sobre os verbos que o corpo disfruta, como por exemplo beber, comer, rir e viajar, e a Quiero Comer, uma seção de gastronomia (GK.CITY, 2020a).

Económica e ABC Educativo são seções que possuem uma composição diferenciada, como se cada uma delas tivesse sua própria *homepage*. Diferente das demais, elas não oferecem simplesmente um conjunto de textos. Económica, por exemplo, apresenta os indicadores econômicos atualizados, análises e reportagens sobre o tema, textos sobre inteligência financeira, gráficos e um dicionário econômico. ABC Educativo, da mesma maneira, segue a mesma linha, e conta ainda com informações de serviço sobre a educação no Equador, com calendários escolares de diferentes regiões. Além disso, há duas abas mais: uma para

Membresía, o programa de contribuição financeira dos leitores, e Tienda, onde se comercializam produtos como camisetas e artes.

Figura 23 – Composição da homepage de GK.city



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A homepage de *GK.city* destaca no topo de sua página uma imagem que direciona para a loja de produtos da organização (área A) e na sequência um chamado para o Voces Expertas²³⁰, um projeto especial de um diretório de mulheres latino-americanas especialistas, em diferentes áreas do conhecimento. Já a área C apresenta os primeiros textos na composição da homepage. Ressalta-se que, diferente dos demais, *GK.city* não tem um destaque principal. Essa área é composta por cinco textos, sem diferenciação da proporção do espaço que ocupam. Ao lado, na área D, estão Las noticias de hoy, em contexto.

Na sequência há um link para a página da membresia de *GK.city*, e na área F, as cifras atualizadas da pandemia do novo coronavírus no Equador. Marcou-se a área G, na Figura 23 duas vezes, pois ambas as áreas remetem à seção ABC Educativo, enquanto a área H, remete a seção Económica. Logo abaixo o site destaca as coberturas especiais da organização e um

²³⁰ <https://vocesexpertas.gk.city/directorio/>

chamado para assinar sua *newsletter*. Na área L, uma reportagem especial multimídia, com financiamento específico, e ao lado textos de uma parceria de *GK.city* com *Mongabay Latam*, para contar histórias sobre o meio ambiente e os direitos indígenas. Projetos Transnacionais, cobertura sobre direitos humanos e projetos especiais, tais como o Voces Expertas, compõem o final da *homepage*, que dedica, mais um espaço para assinatura de *newsletter* e o rodapé, com informações sobre *GK.city*.

No tocante ao levantamento de publicações de *GK.city*, durante o período de um mês, tem-se uma média em torno de 23 publicações por semana. Não se identificou publicações nos finais de semana. A seção com maior número de conteúdo publicado é Contexto, com 58%, seguida de Profundidad, com 21%. É preciso esclarecer, no entanto, que há textos encontrados em mais de uma seção. Por exemplo, haviam reportagens na seção ABC Educativo, que também estavam em Profundidad, e foram contabilizadas apenas uma vez. Entre esse montante, sobressaem textos sobre política, meio ambiente, saúde e direitos humanos.

Tabela 5 – Publicações por seção em GK.city

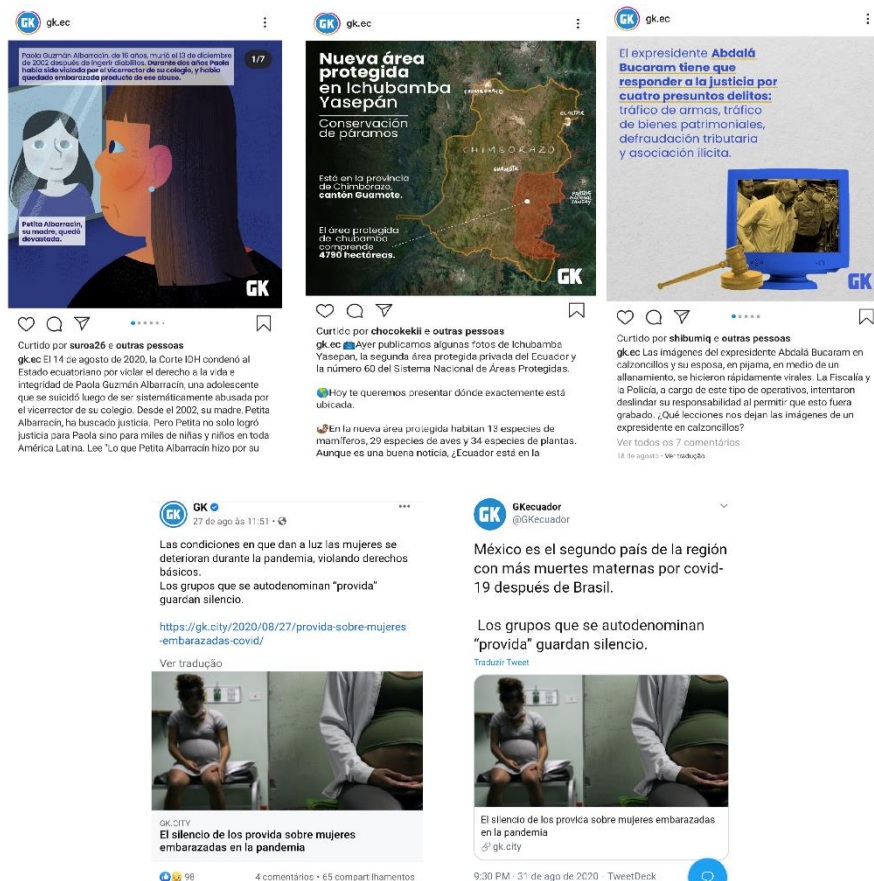
| Seção | Quantidade de matérias | (%) |
|----------------------|------------------------|------|
| Profundidad | 19 | 21% |
| La Vida de los otros | 6 | 7% |
| Contexto | 53 | 58% |
| Placeres | 0 | 0% |
| Económica | 5 | 5% |
| ABC Educativo | 4 | 4% |
| Quiero Comer | 4 | 4% |
| TOTAL | 91 | 100% |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

GK.city conta com uma *newsletter* semanal, enviada todas as segundas-feiras, com seu conteúdo mais recente. Há pequenas sínteses de alguns textos, com imagem e link para o site. Em suas redes sociais digitais, observa-se uma preocupação em produzir um conteúdo próprio para o *Instagram*, especialmente, como mostra a Figura 24. As três primeiras capturas de tela, que são dessa rede social, mostram diferentes formatos utilizados por *GK.city* para a postagem de conteúdo nessa rede social. Todas elas contam com texto complementar nas legendas, mas as imagens já são explicativas. Na imagem do meio, um infográfico, nas outras duas, há pontinhos que indicam que a postagem incluía mais de uma imagem, ou seja, consistiam em uma série de imagens com texto, que trabalhavam o conteúdo de reportagens do site, de uma maneira mais rápida e atrativa para essa rede social. Já no *Twitter* e *Facebook*, ainda que

apresentem algumas vezes réplicas dos conteúdos do *Instagram*, em geral publicam uma pequena síntese da matéria e o link que redireciona ao conteúdo na íntegra, no site.

Figura 24 – Redes Sociais Digitais de GK.city



Fonte: Perfis no Twitter, Instagram e Facebook de GK.city (2020).

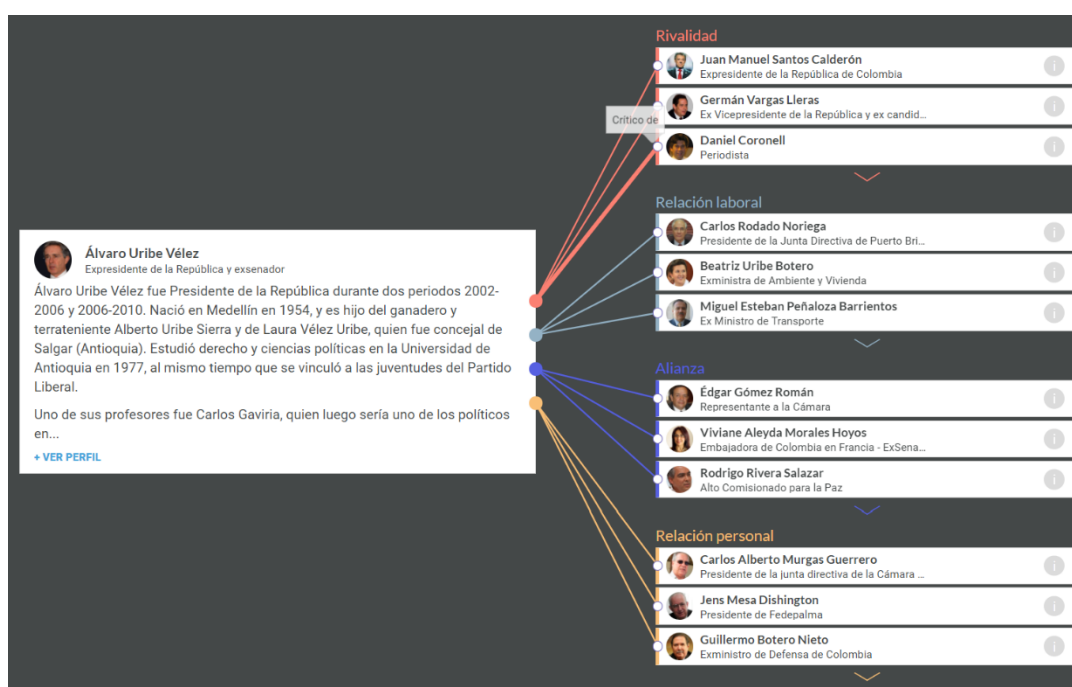
No período observado, a *homepage* de *La Silla Vacía*, na Colômbia, possui 11 seções. Em Coronavírus, estão reunidas as checagens de informação sobre a pandemia da Covid-19, que também se encontram na seção Detector de Mentiras, que por sua vez, agrupa, também, as verificações de informação de outros temas, principalmente sobre política. La Silla Académica é outra seção. Nela são publicadas entrevistas com especialistas, além de divulgar publicações das universidades parceiras, e oferecer um diretório de especialistas em diferentes assuntos. Vale lembrar que La Silla Académica, em 2019, foi responsável por 5,3% dos ingressos financeiros da organização.

La Silla Llena é outra das seções. Trata-se de um espaço de opinião e debate, onde especialistas de diferentes áreas publicam seus artigos. Os autores escrevem por convite de *La Silla Vacía*, por seu conhecimento em determinado assunto. Pessoas que tenham interesse

também em escrever podem entrar em contato com *La Silla Vacía*, que irá analisar se o perfil se enquadra em alguns requisitos, que não são expostos. Há regras para escrever e participar desses debates, estipuladas pela organização colombiana. De acordo com informações em sua página (LA SILLA VACÍA, 2020d), as opiniões expressas nessa seção são de responsabilidade dos seus autores. La Silla Llena é dividida nas chamadas redes, que na prática consistem em temáticas – Venezuela, Social, Étnica, Verde, Innovación, Rural, Blogoeconomía, Mujeres, Cachaca, Educación e Paz. Cada uma dessas redes, conta com patrocinadores anuais, o que em 2019 representou 7,9% do orçamento de *La Silla Vacía*.

Outra seção é *Quién es Quién*, um infográfico constantemente atualizado das conexões do poder. Na data, havia 767 perfis, de políticos, de governantes e outros, e as relações entre eles, conforme a Figura 25. Ao clicar em um perfil, há indicação de quantas conexões há com ele e quais são de rivalidade, de trabalho, de aliança e pessoal. No caso da imagem reproduzida, se trata de um perfil com 162 conexões na data consultada, e as setas coloridas indicam outras conexões.

Figura 25 – Seção *Quién es Quién* de *La Silla Vacía*

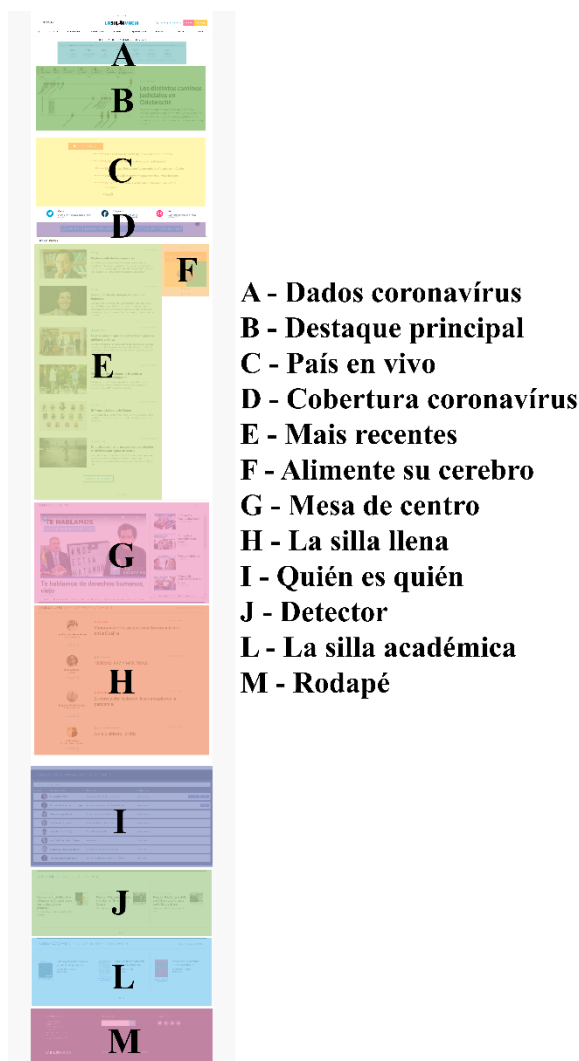


Fonte: <https://lasillavacia.com/quienesquien>

Há ainda Especiales, em que estão disponíveis coberturas especiais, como eleições, por exemplo. Já a seção Regiones, divide o conteúdo de acordo com as regiões do país; La Silla Datos oferece um banco de dados coletados e organizados por *La Silla Vacía*; Opinión reúne textos opinativos, especialmente da fundadora e do editor geral; Proyectos Anteriores consiste

num conjunto de projetos especiais, em geral de reportagem; e em En Vivo, uma atualização em tempo real dos principais acontecimentos do dia. Essas seções, em sua maioria, estão presentes na composição da *homepage* da *La Silla Vacía*, conforme Figura 26.

Figura 26 – Composição da homepage de La Silla Vacía



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A primeira área na página de *La Silla Vacía*, na data da captura de tela, é construída pelos dados da disponibilidade de leitos nas Unidades de Terapia Intensiva nas regiões colombianas (UCI, na sigla em espanhol). Logo abaixo, demarcada na figura como área B, está o destaque principal, que, assim como em outros casos, corresponde ao conteúdo mais recente publicado no site. Já na área C, País en Vivo, consiste em um espaço constantemente atualizado, com os últimos acontecimentos do país. Na área E, os conteúdos mais recentes, e na F um link para Alimente su Cerebro, com oficinas virtuais e gratuitas, pensadas e ofertadas pelos superamigos de *La Silla Vacía*, como parte do seu programa de membresia.

Já na área G estão os últimos vídeos da Mesa de Centro. Trata-se de um vídeoblog de opinião, dirigido e produzido por um jornalista que não integra a equipe de *La Silla Vacía*. Os vídeos narram, com sátira e humor, como funciona o poder na Colômbia e, como qualquer espaço de opinião, o conteúdo de La Mesa de Centro é de responsabilidade de seu autor. Na ocasião em que se observou o *Consejo de Redacción* na redação de *La Silla Vacía*, o jornalista responsável pelo vídeoblog estava presente e, inclusive, houve essa discussão sobre a audiência confundir, e cobrar, sobre as opiniões expressas nos vídeos, como se fossem um posicionamento editorial da organização, quando em realidade não são, ou, ao menos, não têm a intenção de ser. La Mesa de Centro foi lançada em 2017. Na sequência, há espaços destinados a La Silla Llena, a Quién es Quién, a La Silla Académica e o rodapé da página.

No que diz respeito à média de publicações, pelo levantamento feito em agosto de 2020, *La Silla Vacía* tem uma média de 57 conteúdos por semana, incluindo sábado e domingo, ainda que, nesses dias, a maior parte do conteúdo seja de opinião. Evidentemente, como mostra a Tabela 6, é preciso considerar que 45% desse conteúdo foi publicado em La Silla Llena, e, portanto, não faz parte da produção da organização. Destaca-se a presença da seção Nacional na tabela, não mencionada anteriormente. Nacional não aparece na *homepage* enquanto uma seção, mas possui uma página, tal como se fosse, a qual estão linkados 17% do conteúdo informativo. O tema transversal identificado foi a política, por meio de pautas sobre o governo nacional e das regiões, migração, saúde pública e conflito.

Tabela 6 – Publicações por seção em La Silla Vacía

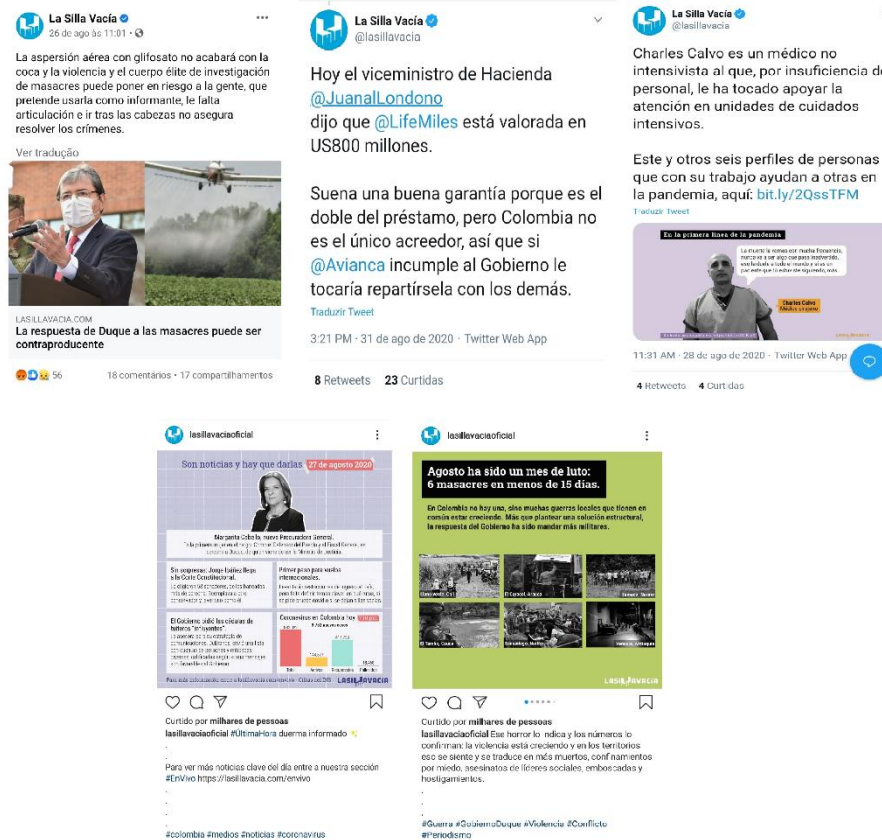
| Seção | Quantidade de matérias | (%) |
|-----------------------|------------------------|-------------|
| Detector | 66 | 29% |
| La Silla Académica | 3 | 1% |
| La Silla Llena | 103 | 45% |
| Especiales | 1 | 0% |
| Regiones - Bogotá | 1 | 0% |
| Regiones - Caribe | 3 | 1% |
| Regiones - Antioquia | 4 | 2% |
| Regiones - Región Sur | 3 | 1% |
| Regiones - Pacífico | 2 | 1% |
| Regiones - Otras | 1 | 0% |
| Nacional | 40 | 17% |
| La mesa de centro | 2 | 1% |
| Opinión | 0 | 0% |
| TOTAL | 229 | 100% |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A *newsletter* de *La Silla Vacía* chega por e-mail aos inscritos todos os dias pela manhã, destacando quatro textos do dia anterior e um artigo de opinião de *La Silla Llena*. Nas redes sociais digitais de *La Silla Vacía* se observa também sua utilização para o compartilhamento de conteúdo do site, em um padrão que consiste em um pequeno texto, seguido de uma imagem da matéria e o link, como mostra a primeira captura de tela na Figura 27. Esse uso é recorrente em seu *Facebook* e *Twitter*. No *Facebook*, além disso, há vídeos com entrevistas em formato de live, e imagens com resumos das principais notícias do dia, um conteúdo pensado exclusivamente para as redes sociais digitais. Esse mesmo conteúdo também está no *Twitter*. No entanto, nessa rede social digital, também há pequenas notas informativas, algumas vezes em sequência, que dão conta de alguma informação sem remeter ao site, normalmente de algo que está ocorrendo naquele momento, como mostra a segunda captura de tela abaixo. No *Twitter*, vale mencionar, *La Silla Vacía* afirma em sua descrição que aquele é um espaço de informação e onde interagem com a audiência.

Já o *Instagram* de *La Silla Vacía* possui um conteúdo visivelmente produzido para essa rede social digital. Há pequenos vídeos, assim como no *Twitter* e *Facebook*, inclusive com as lives, mas o se sobressaem outros dois formatos. O primeiro deles, também é compartilhado nas demais redes, trata-se de um resumo das principais notícias da seção *En Vivo* do site, apresentadas em uma imagem com texto sobreposto, como mostra a quarta captura de tela da Figura 27. O outro, ilustrado na imagem ao lado, faz uso de imagens com texto informativo sobreposto, em uma série de imagens na mesma postagem que brindam aos seus seguidores um conteúdo visual e de rápido consumo.

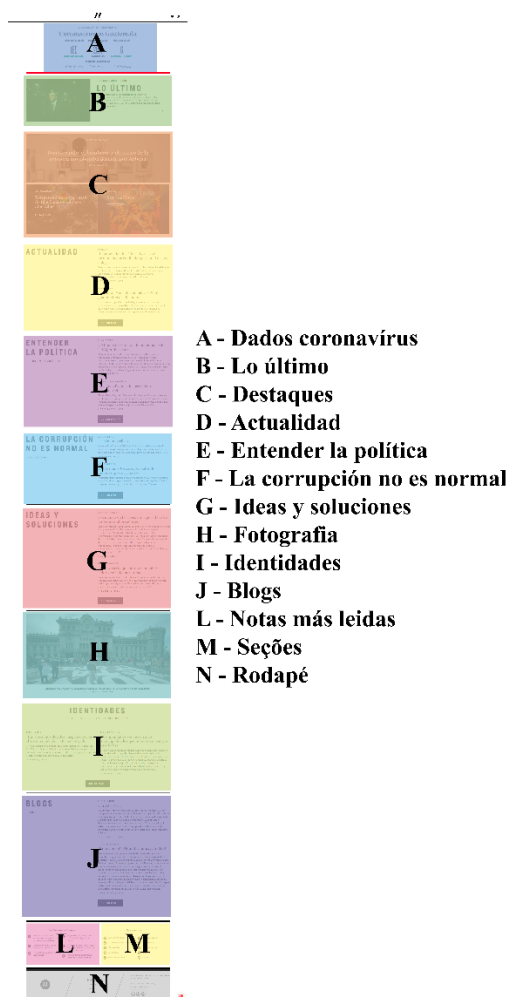
Figura 27 – Redes Sociais Digitais de La Silla Vacía



Fonte: Perfis no Twitter, Instagram e Facebook de La Silla Vacía (2020).

No site de *Nómada*, na Guatemala, há 12 seções. Em Actualidad há as notícias do dia; em Entender la Política se concentram as notícias sobre política, com textos mais aprofundados; em La Corrupción no es Normal estão reunidas reportagens investigativas sobre a temática; em Somos Todas estão os textos sobre desigualdade e violência de gênero; em Identidades há matérias sobre a comunidade indígena, LGBTQI e outros; em Guatemala Urbana e Guatemala Rural, estão os textos relacionados a esses espaços, como questões de saúde, mobilidade, violência, violação de direitos, meio ambiente, entre outros; já em De Dónde Venimos há um conjunto de conteúdo sobre acontecimentos históricos na Guatemala e seus desdobramentos, como desaparecimentos e genocídios; Blogs é a seção opinativa; e em Ideas y Soluciones publicam-se matérias sobre boas práticas. Há ainda Impunileaks, onde os leitores podem enviar denúncias para que sejam investigadas por *Nómada*, tanto de forma digital quanto física. Por fim, 11 Pasos é uma série especial de reportagens durante a Copa do Mundo de 2018, onde *Nómada* propôs contar histórias de lutas sociais por dentro do futebol; e Volcánica, um link para as publicações dessa que é a revista feminista de *Nómada*. Parte dessas seções integram a composição da *homepage* de *Nómada*, como mostra a Figura 28.

Figura 28 – Composição da homepage de Nómada



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Na data da captura da tela ilustrada na Figura 28 há na área A dados atualizados sobre os casos de Covid-19 na Guatemala e na área B, Lo Último, em que um texto sintetiza as principais notícias do dia anterior. Logo abaixo estão os destaques, com textos que podem ser de qualquer uma das seções do site, em geral, sem serem priorizados os mais recentes. Na área D estão em evidência alguns textos da seção Actualidad, o que também ocorre nas áreas E, F, G, I e J, que destacam as seções Entender la Política, La Corrupción no es Normal, Ideas y Soluciones, Identidades e Blogs, respectivamente. Entre elas, na área H, há uma fotografia, sem remeter a nenhum conteúdo textual. No fim da página, estão as indicações dos textos mais lidos, mais uma vez os links para as diferentes seções do site e o rodapé com informações sobre *Nómada*.

Ao desconsiderar o conteúdo opinativo, identificou-se em *Nómada*, durante o mês de agosto de 2020, uma média de 18 publicações por semana, sendo que a maioria delas foi na seção Actualidad (Tabela 7). É necessário destacar, contudo, que desses 44 textos na seção,

cerca da metade são os chamados Resumen del Día, onde se faz um resumo das principais notícias publicadas no site naquele dia. Entre as temáticas, ressaltam-se a política, a corrupção e os desdobramentos da Covid-19.

Tabela 7 – Publicações por seção em Nómada

| Seção | Quantidade de matérias | (%) |
|----------------------------|------------------------|-------------|
| La corrupción no es normal | 7 | 8% |
| Actualidad | 44 | 50% |
| Entender la política | 15 | 17% |
| Somos todas | 2 | 2% |
| Identidades | 4 | 5% |
| Guatemala urbana | 0 | 0% |
| Guatemala rural | 0 | 0% |
| De dónde venimos | 0 | 0% |
| Blogs | 16 | 18% |
| Ideas y soluciones | 0 | 0% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

De segunda a sexta-feira à noite *Nómada* encaminha por e-mail, aos inscritos, sua *newsletter* diária, com um resumo das principais notícias do dia. Trata-se do mesmo conteúdo do Resumen del día, publicado no site, com a adição de indicação de um ou mais textos opinativos, da seção Blogs. Nas redes sociais digitais *Facebook* e *Twitter*, *Nómada* compartilha os links dos seus conteúdos do site, sendo que na segunda também *retweeta* postagens da sua equipe. Já no *Instagram* prioriza as fotografias e, em suas legendas, não há links para o site.

Figura 29 – Redes sociais digitais de Nómada

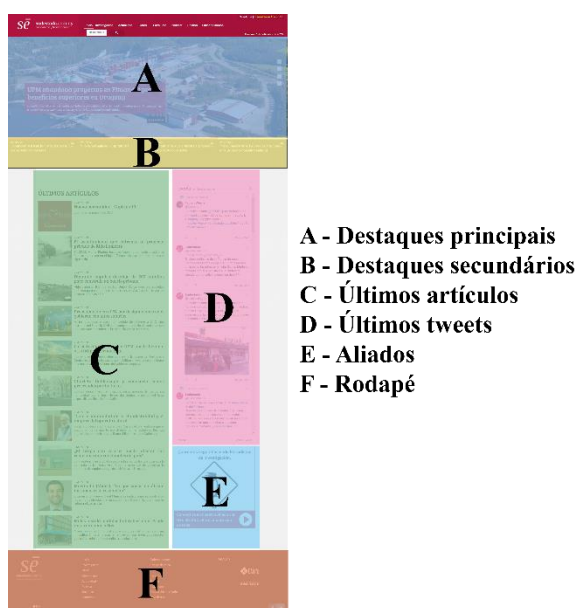


Fonte: Perfis no Twitter, Instagram e Facebook de Nómada (2020).

Sudestada, no Uruguai, conta com seis seções em sua *homepage*. Em Investigación, há matérias contextualizadas e aprofundadas; Actualidad se divide em Política, Sociedad, Economía, Mundo e Verificado; Lava Jato reúne as reportagens acerca dessa temática, entre elas de projetos colaborativos; em Podcast estão os dez capítulos sobre a Nueva Normalidad – sobre a pandemia do coronavírus, produzidos entre maio e julho de 2020; e também uma seção de opinião, em que cada um dos quatro membros da equipe possui o seu espaço. Há, ainda, a seção Datos que, além de reunir as matérias feitas a partir do jornalismo de dados, remete a um especial, *¿Quién paga?*, de 2014, primeiro ano de *Sudestada*, resultado de um *hackathon*, mencionado no Capítulo 5.

A composição da *homepage* de *Sudestada* é representada na Figura 30. Há um destaque principal, demarcado como área A, onde há links para quatro conteúdos distintos. A Figura 30 não ilustra bem isso, pois essas quatro matérias ficam em um movimento de transição nessa área. Logo abaixo, a área B, contém os destaques secundários, com outros quatro textos. Todos eles por ordem de publicação mais recente. Na área C estão os últimos conteúdos. Já a área D reproduz os *tweets* de *Sudestada*, a E faz um chamado para doação financeira dos leitores e a área F o rodapé da página, com as informações sobre o site e a organização.

Figura 30 – Composição da homepage de Sudestada



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Sudestada, como já abordado em outros capítulos, tem a menor equipe entre as redações de jornalismo independente que integram essa pesquisa, e possui condições de produção

precárias no que diz respeito às condições de produção e isso se reflete no volume de conteúdos publicados em seu site. No levantamento feito das publicações do mês de agosto, identificou-se um total de cinco textos e seções que não atualizadas pelo menos seis meses. Como indica a Tabela 8, a política foi a temática mais recorrente. Contudo, com desdobramentos na justiça, no meio ambiente e nos direitos humanos.

Tabela 8 – Publicações por seção em Sudestada

| Seção | Quantidade de matérias | (%) |
|-------------------------|------------------------|-------------|
| Investigación | 0 | 0% |
| Actualidad - Política | 4 | 80% |
| Actualidad - Sociedad | 1 | 20% |
| Actualidad - Economía | 0 | 0% |
| Actualidad - Mundo | 0 | 0% |
| Actualidad - Verificado | 0 | 0% |
| Dados | 0 | 0% |
| Lava Jato | 0 | 0% |
| Podcast | 0 | 0% |
| Opinión | 0 | 0% |
| TOTAL | 5 | 100% |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Os assinantes da *newsletter* de *Sudestada* recebem no início de cada mês um boletim mensal. Esse boletim mensal contém uma média de 15 textos, com foto, uma pequena introdução ao conteúdo e o link. Já em suas redes sociais digitais, *Sudestada* também compartilha o conteúdo de seu site. No *Twitter*, como mostra a primeira imagem na Figura 31, há também *retweets* da equipe e colaboradores de *Sudestada*. Já no *Facebook* e no *Instagram*, as postagens priorizam as fotografias, já o link acompanha o texto da legenda.

Figura 31 – Redes sociais digitais de Sudestada



Fonte: Perfis no Twitter, Instagram e Facebook de Sudestada (2020).

A pré-análise, exploratória e descritiva, permite uma visão geral sobre o conteúdo do jornalismo independente, especialmente em sua *forma* (WILLIAMS, 1979). É possível afirmar que se trata de uma forma plural, como também ocorre com seu modelo de negócio. Apesar de o jornalismo independente estar associado a uma ideia de jornalismo investigativo, inclusive porque muitas dessas organizações se apresentam assim, esse não é o formato dominante. Tem-se no conteúdo dos sites analisados diferentes gêneros e formatos jornalísticos, que vão desde notícias curtas até longas e aprofundadas reportagens, passando por textos de opinião, tirinhas e histórias em quadrinho.

A frequência das publicações é um elemento que remete diretamente às condições de produção e à produção. Identifica-se duas razões por tal diferenciação entre as organizações de jornalismo independente estudadas – de cinco a mais de 700 publicações. Uma delas é a proposta de jornalismo da organização. Mesmo que todas se apresentem como produtoras de jornalismo independente, a *Agência Pública*, por exemplo, se dedica a reportagens investigativas, além das entrevistas, o que exige um tempo de apuração maior, enquanto *Animal Político*, ainda que também pratique jornalismo investigativo, publica notícias curtas, sete dias por semana. É preciso considerar ainda, no caso de *Animal Político*, que essa organização nasce no *Twitter*, uma rede social digital cuja característica são os textos curtos, considerado, no senso comum, um jornal mundial em tempo real. Outro aspecto para compreender a diferença no número de conteúdos publicados, são as condições de produção, sejam elas estruturais ou não. Entre as organizações estudadas, *Sudestada* e *Contra Corriente* são as que tiveram o menor número de atualização, 5 e 15, respectivamente, e são justamente as organizações que, como se

viu nos capítulos anteriores, tem as condições mais precárias de produção, seja por tamanho de equipe, por falta de estrutura ou, e principalmente, pela dificuldade financeira.

Apesar de serem características identificadas em um capítulo que se propõe explorar o conteúdo do jornalismo independente, elas estão diretamente relacionadas ao momento da produção, em uma interrelação assumida pelos Estudos Culturais. Do ponto de vista da produção, esses aspectos em relação a periodicidade, no que diz respeito a publicação diária ou não de conteúdos, ou mesmo se há atualização nos finais de semana, bem como o volume de publicações estão associados à uma dinâmica do espaço-tempo em que se desenvolvem, marcados, como já se abordou, por práticas produtivas flexíveis, típicas do pós-fordismo. E reforça a interferência das condições de produção nos demais momentos produtivos, ou seja, organizações com maiores dificuldades financeiras e de gestão, tem isso refletido, de alguma maneira, em sua produção e conteúdo.

No que diz respeito às temáticas, o que se identifica nessa pré-análise exploratória dos sites, reforça o que se levantou junto aos entrevistados e nas apresentações das organizações. Havia, no período analisado, muitos textos sobre saúde pública, uma temática nunca mencionada entre as organizações estudadas. No entanto, é preciso ter claro, nesse sentido, dois aspectos. O primeiro deles é justamente o período analisado, durante uma pandemia mundial, a do novo coronavírus, que modificou a vida dos indivíduos no mundo e pôs a discussão sobre saúde em primeiro plano. O outro aspecto diz respeito à abordagem dada a esse assunto. Não se fez um levantamento de dados nesse sentido, mas a leitura flutuante permite afirmar que os textos produzidos por esse jornalismo independente sobre a pandemia tinham como temas transversais a política, os direitos individuais e coletivos e as responsabilidades do Estado.

Ainda em relação às temáticas, também se observa a cobertura de temas recorrentes no jornalismo, como a política, a economia, a segurança pública e até o meio ambiente, como também constatou Vázquez (2018). No entanto, o diferencial parece estar no que são as temáticas secundárias, nas abordagens, e até frequência da cobertura. Essas temáticas mais tradicionais são tratadas a partir de vítimas de violência, da imigração, das problemáticas sociais, e fazem parte das publicações desse jornalismo independente, sem necessariamente estarem vinculadas a grandes acontecimentos, aqueles que acabam ganhando espaço no *mainstream*, o que caracteriza em uma cobertura afastada do discurso oficial. Observa-se, nesse sentido, o acionamento de elementos de uma *matriz* popular.

Com relação à composição das *homepages*, observa-se uma busca por transparência. Evidentemente, não é possível encontrar todas as informações desejadas nos sites, porém identifica-se uma tentativa nesse sentido. Em todas as organizações analisadas há links que

remetem a um Quem somos, que com mais ou menos informações, demarcam um lugar de fala e uma agenda de valores e princípios. Esse lugar de fala, como já abordado, de alguma maneira, no Capítulo 4, é o de defesa da democracia e dos direitos humanos, e, muitas vezes, de vigilantes àquelas que são as fragilidades dos territórios latino-americanos, como a violação de direitos e as desigualdades sociais. As informações disponibilizadas nesse menu variam, mas apresentam, entre outros, aspectos sobre o financiamento e até orçamento, códigos de ética e métodos de trabalho.

A partir da pré-análise, definiu-se como unidade de registro o texto em destaque em cada um dos sites. Na próxima seção, buscando analisar as características do conteúdo produzido pelo jornalismo independente, utiliza-se das categorias definidas por Silva e Maia (2014) para olhar para esse material e interpretá-lo. Nesse sentido, a seção seguinte, trata da segunda e terceira etapa da Análise de Conteúdo.

7.2 Exploração do material e interpretação: as características do conteúdo

Tendo como unidade de contexto a *homepage* dos oito sites e como unidade de registro o texto destaque em cada um deles, no dia 6 de setembro de 2020, às 20h, um domingo, explora-se o material a partir das categorias delimitadas por Silva e Maia (2011). São elas o contexto externo, os gêneros jornalísticos e seus formatos, a assinatura, a origem da informação e os recursos visuais/adicionais.

Em *contexto externo* identifica-se o tema/acontecimento/assunto, ou seja, a pauta trabalhada, e sua relação com o território. Nessa categoria, busca-se compreender de que maneira as particularidades latino-americanas estão inseridas, ou não, na abordagem, a partir da discussão feita, especialmente, no Capítulo 3. É importante estar vigilante não apenas ao que os territórios latino-americanos têm em comum, mas também às especificidades de cada país, caso necessário.

Os estudos de gêneros têm origem na retórica, na teoria da literatura, da linguística, da análise de discurso e dos estudos culturais (SEIXAS, 2013). Em relação aos formatos, ou formas, já se discutiu, inclusive, no Capítulo 2 dessa pesquisa. A noção de gênero remete a agrupamento e, portanto, há elementos por ele entendidos como forma de expressão, que traduzem a vida social. Tratam-se dos formatos que, por sua vez, dizem respeito à matéria concreta veiculada em suporte midiático (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016). Quando vistos do ponto de vista jornalístico, gênero e formato são assim definidos:

Os formatos midiáticos são variantes dos gêneros, estando a eles subordinados. São o instrumento – a forma – que emissores adotam para se manifestar e para fazer circular conteúdos elaborados em harmonia com circunstâncias distintas. [...] Os gêneros jornalísticos correspondem a um sistema de organização do trabalho cotidiano de codificação das mensagens da atualidade, a partir das formas de expressão adotadas nas empresas e refletindo em certo sentido o consenso corporativo”. (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016).

Para essa parte da análise, com uma função operacional, utiliza-se a “Classificação Marques de Melo” (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016), que especifica cinco gêneros jornalísticos: 1) o informativo (vigilância social), 2) o opinativo (fórum de ideias), 3) o interpretativo (papel educativo, esclarecedor), 4) o diversional (distração, lazer) e 5) o utilitário (auxílio nas tomadas de decisões cotidianas). Cada um deles comporta, respectivamente os seguintes formatos: 1) nota, notícia, reportagem e entrevista, 2) editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, caricatura, carta, crônica, 3) análise, perfil, enquête, cronologia, dossiê, 4) história de interesse humano e histórica colorida, e 5) indicador, citação, roteiro e serviço. Essa classificação é uma das existentes, mas recorrente nas pesquisas de jornalismo. E, nesse sentido, a discussão em torno dos gêneros e formatos é aberta e em processo, inclusive pela complexificação dos gêneros e seus formatos, tanto quanto das mídias e seus suportes. Tem-se com essas categorias um mecanismo para compreender melhor o texto do jornalismo independente.

Com a categoria *assinatura* é possível inferir sobre a produção da organização de jornalismo independente em análise. Identificar, a partir do nome que assina o texto, se se trata de um profissional da equipe fixa – todos eles nomeiam seus jornalistas em seus sites – ou se é algum profissional de fora, ou, ainda, se aquele conteúdo é resultado de alguma colaboração entre veículos, implica, também, em evidenciar, portanto, elementos da produção.

Origem da informação identifica a natureza das fontes consultadas para a construção do texto. Silva e Maia (2011) utilizam uma classificação entre as fontes de informação diretas e as indiretas, sendo as primeiras fontes do poder público, institucionais, cidadãos, especialistas, assessoria de imprensa e fontes não-convencionais; e as outras são as agências de notícias, outros veículos jornalísticos, publicações científicas, documentos impressos e eletrônicos, internet e republicação. Para Schmitz (2011),

Fontes de notícias são pessoas, organizações, grupos sociais ou referências; envolvidas direta ou indiretamente a fatos e eventos; que agem de forma proativa, ativa, passiva ou reativa; sendo confiáveis, credíveis ou duvidosas; de quem os jornalistas obtêm informações de modo explícito ou confidencial para transmitir ao público, por meio de uma mídia (SCHMITZ, 2011, p. 20).

Na literatura do campo do jornalismo há diversas classificações propostas, mas que convergem para algo bastante semelhante ao que as autoras propõem. Por isso, e por entender que a tipificação de Silva e Maia (2011) estão adequadas a pesquisa, segue-se esse modelo. As autoras não chegam a definir, mas se infere que as categorias propostas são pensadas a partir do impresso, rádio e/ou TV. Na categoria de *recursos visuais/adicionais*, por exemplo, Silva e Maia (2011) mencionam os gráficos, tabelas, boxes, infográficos, imagem não-fotográfica (como ilustrações e montagens) e fotografia. No entanto, por essa pesquisa ter como objeto um jornalismo publicado na internet, essa categoria é entendida a partir das características do webjornalismo.

Um jornalismo que tem como suporte as redes informáticas tem pouca limitação de tempo e espaço, diferente das outras mídias, além de poder organizar seu conteúdo em estruturas hipertextuais, pode agregar texto, imagem, áudio e vídeo. Canavilhas et al (2014) delimitam sete características do webjornalismo: a multimídia, hipertextualidade, interatividade, instantaneidade, personalização, memória e ubiquidade. Pensando na categoria de *recursos visuais/adicionais*, detém-se nas duas primeiras características. A hipertextualidade é definida por Salaverría (2005, p. 30) como a “capacidade de ligar textos digitais entre si”. Ou seja, o uso de hiperlinks transforma o texto em um hipertexto, um conjunto de blocos informativos ligados por meio dos links (CANAVILHAS, 2014). Já a multimídia, pode ser constituída por até oito elementos, de acordo com Salaverría (2014b) – 1) texto; 2) fotografia; 3) gráficos, iconografia e ilustrações estáticas; 4) vídeo; 5) animação digital; 6) discurso oral; 7) música e efeitos sonoros; 8) vibração – os quais se busca identificar no material analisado.

O Quadro 10 elenca os oito textos, um de cada site, a serem analisados na sequência, com base nos aspectos dispostos anteriormente. Como dito na introdução deste capítulo, tratam-se dos textos que estavam em lugar de destaque nos sites das organizações estudadas, na data delimitada. Na sequência a análise está organizada por site.

Quadro 10 – Textos analisados

| Site | Título | Data da publicação |
|-----------------|---|---------------------------|
| Agência Pública | Exclusivo: Agrotóxico paraquate e glifosato mataram 214 brasileiros na última década | 04/09/2020 |
| Animal Político | Marcha de mujeres en Ciudad Juárez contra la violencia policial culmina con represión | 06/09/2020 |

| | | |
|------------------|--|------------|
| Chequeado | Cómo llegó y qué grupos difundieron en la Argentina la falsa teoría que vincula al coronavirus con el 5G | 05/09/2020 |
| Contra Corriente | Por defender territorio y cultura, la violencia le llegó al pueblo garífuna | 02/08/2020 |
| GK.city | Juez niega acción de protección para comunidades afectadas por derrame de petróleo en el río Coca | 02/09/2020 |
| La Silla Vacía | Los distintos caminos judiciales en Odebrecht | 06/09/2020 |
| Nómada | Don Gerardo, el bombero, y el tesoro de la primera motobomba donada por Árbenz | 04/09/2020 |
| Sudestada | UPM abandona proyectos em Finlandia por beneficios superiores en Uruguay | 30/08/2020 |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

7.2.1 Agência Pública

Na data estipulada, 6 de setembro de 2020, havia como destaque principal na *homepage* da *Agência Pública* o texto *Exclusivo: Agrotóxico paraquate e glifosato mataram 214 brasileiros na última década*²³¹ (Figura 32). Publicado no dia 4 de setembro do mesmo ano, ele apresenta um levantamento, a partir de dados do Ministério da Saúde, que indica que os dois agrotóxicos são usados para tentativas de suicídio no Brasil, tendo sido responsáveis pela morte de 214 pessoas entre 2010 e 2019, enquanto a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) considerava a retirada ou não dos produtos do mercado brasileiro. A pauta se dá a partir de dados do Sistema de Informação de Agravos de Notificação (Sinan) do Ministério da Saúde, com a relação dos atendimentos de saúde decorrentes de intoxicação por agrotóxicos, no Brasil. O texto é construído a partir desses dados, cruzando com informações sobre a comercialização e a legalidade de determinados agrotóxicos no país.

²³¹ <https://apublica.org/2020/09/exclusivo-agrotoxicos-paraquate-e-glifosato-mataram-214-brasileiros-na-ultima-decada/>

Figura 32 – Site da Agência Pública



Fonte: publica.org

Como se viu no Capítulo 3, sobre os territórios latino-americanos, a agricultura, e principalmente o agronegócio, junto às demais atividades primárias, ocupam lugar de destaque no processo de desenvolvimento da América Latina, por seu caráter econômico, mas também na ideia de modernização, e, evidentemente, com isso, nas relações de poder que se estabelecem nesses territórios. O texto da *Agência Pública*, ao abordar uma questão de saúde pública, a partir do uso de agrotóxicos no Brasil, insere-se em uma discussão que envolve esse *contexto externo*, indo de encontro aos interesses do capital – que ganha com o aumento de produção proporcionado pelo uso desses agrotóxicos. Isso, inclusive, está evidenciado no texto da *Agência Pública*, que afirma:

Esses produtos são utilizados em culturas como soja, arroz e fumo, fundamentais para o PIB agrícola brasileiro. São tidos como vitais para o setor agropecuário, que costuma investir pesado no lobby contra a proibição desses produtos, destacando possíveis prejuízos econômicos. (AGÊNCIA PÚBLICA, 2020d).

Identifica-se o texto analisado como do *gênero* interpretativo. Na literatura brasileira há um consenso acerca das principais características – ou elementos – de um texto jornalístico

interpretativo, como o aprofundamento, o contexto, antecedentes, causas e consequências (COSTA; LUCHT, 2010), presentes no texto da *Agência Pública*. No entanto, não há consenso sobre os formatos que integram esse gênero. Na classificação de Marques de Melo, recorrente nas pesquisas do campo, nenhum dos formatos se aproxima ao texto analisado (análise, perfil, enquete, cronologia, dossiê), o que ocorre com o formato da reportagem.

A reportagem, para Marques de Melo (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016) é um formato do gênero informativo. Chama atenção, contudo, que o autor caracteriza esse formato como um relato ampliado de um acontecimento, um aprofundamento dos fatos, com seus desdobramentos, antecedentes ou ingredientes noticiosos, o que se aproxima muito da concepção do gênero interpretativo. É preciso destacar, nesse sentido, que outras classificações, como a de Beltrão (1976), por exemplo, e de pelo menos outros cinco teóricos (COSTA; LUCHT, 2010), concentram as possibilidades interpretativas em torno da reportagem.

Antecipando, aqui, o que também está presente nos demais textos analisados, na sequência, é preciso ponderar ao menos três aspectos em relação aos *gêneros e formatos*. O primeiro deles é o mencionado acima, ou seja, há diferentes interpretações entre os pesquisadores sobre cada um deles. O outro aspecto diz respeito à plataforma onde estão publicados os textos analisados, ou seja, na internet, onde os limites de espaço e tempo se dissolvem, além de todos os potenciais que ele oferece, como já apresentado, a partir de Canavilhas et al (2014), o que impacta, diretamente, nesse conteúdo, se não em seu *gênero*, pelo menos em sua *forma*. Nesse sentido, chama-se também atenção para a maleabilidade dos gêneros, e sua capacidade de regeneração (BERTOCCHI, 2010; SEIXAS, 2009). Por fim, é preciso considerar que o jornalismo está em constante mudança e, especialmente no ambiente virtual, as publicações são híbridas e, com isso, no que diz respeito às *formas*, as fronteiras estão borradas.

O texto é assinado por três jornalistas – Bruno Fonseca, Pedro Grigori, Thays Lavor – e integra um projeto colaborativo entre a *Agência Pública* e a *Repórter Brasil*, chamado *Por trás do alimento*, para investigar o uso de agrotóxico no Brasil. Essa parceria foi anunciada em 10 de dezembro de 2018, com a previsão de dois anos de duração. À época, a *Agência Pública* justificou a temática por o Brasil ser o país que mais consome agrotóxicos no mundo, atravessando, com as investigações, temáticas como a segurança alimentar, meio ambiente, população rural e a economia do país (AGÊNCIA PÚBLICA, 2018). O projeto iniciou, naquele

ano, com a publicação da reportagem *Agrotóxicos proibidos na Europa são campeões de vendas no Brasil*²³².

Entre os três profissionais que assinam o texto, apenas Bruno Fonseca integra a equipe da *Agência Pública*, e consta entre os membros da equipe como editor e repórter multimídia. No perfil de Thays Lavor, por sua vez, fica claro que se trata de uma jornalista *freelancer*, que escreveu textos para o projeto, mas também outras pautas. E Pedro Grigori, atua como correspondente em Brasília, para a *Agência Pública* e *Repórter Brasil*, junto a esse projeto em específico, sendo, ao que se pode inferir, um profissional sem vínculo com ambas organizações, mas sim com o projeto em si. A *assinatura*, nesse texto, portanto, reforça a importância de projetos colaborativos para a produção do jornalismo independente.

No que diz respeito à *origem da informação*, tem-se no texto da *Agência Pública* em análise a particularidade de se tratar de um produto do chamado jornalismo de dados – ainda que esse conteúdo não integre a seção Dados, da organização – uma vez que tem origem, como já dito, no banco de dados do Ministério da Saúde, mais especificamente no Sistema de Informação de Agravos de Notificação (Sinan). Infere-se que, por se tratar de um texto dessa ordem, e também por integrar uma série de reportagens – a pauta teve desdobramentos ao longo do mês de setembro de 2020 – identificam-se fontes, eminentemente indiretas, conforme o Quadro 11. Além dessas, o texto informa que foram consultadas outras fontes, que não responderam. Uma delas, uma fonte do *poder público*, o Ministério da Saúde, as outras três, fontes institucionais – ou de assessoria de imprensa, a depender da forma que a resposta viria – sendo elas a Syngenta, a Bayer/Monsanto e o Ibama.

Quadro 11 – Origem da informação no conteúdo analisado da Agência Pública

| DIRETAS | |
|-----------------------------------|---|
| Institucional | Leonardo Melgarejo, engenheiro agrônomo, vice-presidente da regional sul da Associação Brasileira de Agroecologia e membro da Campanha Permanente Contra os Agrotóxicos |
| Especializada/comentadores | Luiz Carlos Merelles, pesquisador da Fiocruz, gerente-geral de toxicidade da Anvisa, em 2008. |
| Assessoria de imprensa | Nota da CropLife, em resposta à Agência Pública. CropLife é a associação que |

²³² <https://apublica.org/2018/12/agrotoxicos-proibidos-na-europa-sao-campeoes-de-vendas-no-brasil/>

| | |
|---|--|
| | representa empresas produtoras de agrotóxicos |
| | Nota da Anvisa em resposta à Agência Pública |
| INDIRETAS | |
| Documentos impressos/eletrônicos | Base de dados do Sinan, do Ministério da Saúde |
| | Relatórios do Ibama |
| | Relatório da ONU de prevenção ao suicídio |
| Ciberespaço | Documento informativo sobre suicídio da OMS |
| | 2 Notas técnicas da Anvisa |
| | Environmental Protection Agency, USA |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A pré-análise, e o acompanhamento que se faz da *Agência Pública*, desde pesquisa anterior (OLIVEIRA, 2017), permite afirmar que a organização tem ampliado seu trabalho a partir de bancos de dados. Relatórios, pesquisas e afins são recorrentes como fontes de *origem da informação* em seus textos, mesmo quando não se tratam de pautas que tem origem nesses bancos de dados, como o caso da reportagem analisada. Cabe ressaltar, no entanto, que se observa a prevalência de fontes especializadas/comentadores e de fontes cidadãos no conteúdo da *Agência Pública*. Outro fato recorrente nos textos é a afirmação de que alguma fonte do poder público ou institucional foi questionada, mas não respondeu, ou, ainda, que respondeu por meio de nota.

O conteúdo analisado está estruturado a partir de um texto de abertura e de outros quatro textos, na sequência. Apresenta nove gráficos, que são informativos e ilustrativos em relação aos casos de intoxicação por agrotóxicos no Brasil, bem como as outras duas ilustrações estáticas, que constituem em dois mapas que representam graficamente a localização, por município, dos casos e mortes levantadas. Há, também, uma outra ilustração, no topo da página, na abertura do texto. De maneira geral, a *Agência Pública* utiliza com frequência fotografias, gráficos, ilustrações e infográficos. Vídeos e animações não são tão recorrentes e, em geral, quando utilizadas, não são um complemento ao conteúdo, e sim o próprio conteúdo. O mesmo ocorre em relação aos áudios, no caso de podcasts.

A hipertextualidade do texto se dá por meio de um total de 20 links. Destes, três remetem ao próprio conteúdo, a trechos específicos, e outros dez para o próprio site da *Agência Pública*: um para o projeto *Por trás do alimento*, outros quatro para um pequeno perfil dos autores, e cinco para outras reportagens da organização que, de alguma maneira, subsidiam e endossam o conteúdo em questão. Os outros links redirecionam para fontes de informação, já identificadas

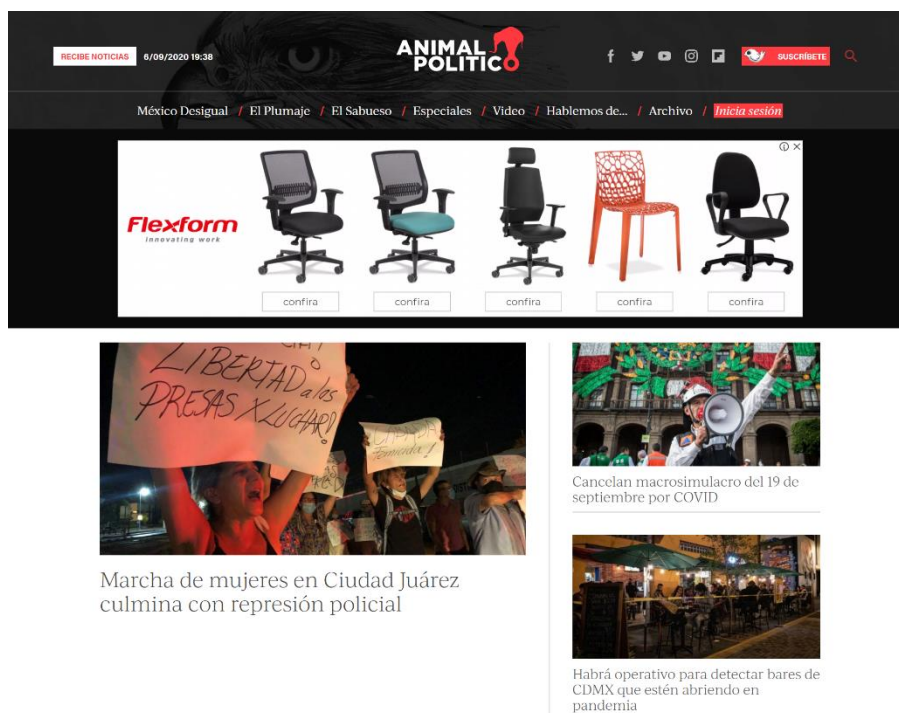
no Quadro 11. Um deles leva à fonte de informação do ciberespaço; outros quatro para documentos eletrônicos e os dois últimos para as repostas na íntegra recebidas pela *Agência Pública*, da Anvisa e da CropLife. Dessa maneira, pode-se afirmar que, mais do que dar dinamismo ao texto e ampliar as possibilidades de informação, a *Agência Pública*, por meio dos hiperlinks, divulga sua própria produção e é transparente com seus leitores sobre suas fontes de informação, no que diz respeito à íntegra do material consultado e repostas recebidas.

7.2.2 Animal Político

O texto analisado de *Animal Político*, intitulado *Marcha de mujeres en Ciudad Juárez contra la violencia policial culmina con represión*²³³ (Figura 33), foi publicado em 6 de setembro de 2020, data de recorte dos materiais. As informações dão conta de uma repressão policial em uma manifestação de mulheres que protestavam, justamente, contra a violência policial. A manifestação foi convocada em sororidade a grupos feministas de outro município, onde algumas semanas antes policiais municipais haviam torturado e agredido sexualmente a adolescentes. Na ocasião, 28 mulheres foram detidas, entre elas quatro menores de idade, acusadas de danos a terceiros – de acordo com o texto, a polícia não informou quais foram os danos, tampouco quem fez a denúncia. O texto narra o acontecimento, o tempo que ficaram detidas, a multa cobrada, e um plantão feito por grupos feministas em frente à delegacia onde essas mulheres estavam detidas e onde a polícia impediu a passagem de pessoas que buscavam informações sobre essas mulheres. Esse relato parece ter sido escrito a partir da observação do jornalista, acompanhando o plantão em frente à delegacia, embora isso não seja dito. O texto tem um caráter de denúncia contra abusos da polícia e de defesa dos direitos dessas mulheres.

²³³ <https://www.animalpolitico.com/2020/09/marcha-mujeres-represion-juarez-golpes-abuso/>

Figura 33 – Site de Animal Político



Fonte: www.animalpolitico.com

Entende-se, a partir do que se estudou até aqui acerca dos territórios latino-americanos, e também sobre *Animal Político*, que há duas temáticas em destaque. Uma delas é a do abuso da força policial, em um jogo de poder que, como se observa – e também como relata o texto analisado – é desequilibrado. O primeiro deles dá título à matéria, qual seja, da violência policial. Como se viu no Capítulo 3, os territórios latino-americanos foram se construindo em cima das mais diversas violências, uma prática que segue ativa nos diferentes setores das sociedades, sendo esse um vivido do espaço latino-americano. No que diz respeito ao abuso da força policial, em específico, trata-se de um problema compartilhado por muitos países na América Latina. Conforme informações do Monitor de Uso de la Fuerza Letal en América Latina (2019) – ainda que trate especificamente das mortes ocorridas pelas mãos de agentes da segurança pública na região – o abuso de força normalmente é justificado com a premissa de ser um custo inevitável para a segurança. Ainda conforme o levantamento, a maioria dos casos não chega a ser investigada por se presumir que ocorreram um contexto legítimo, o que resulta em uma não prestação de contas ou responsabilizações, muito menos incentivos para conter o excesso do uso de força por parte desses agentes.

A outra abordagem do texto, talvez menos evidente, é em relação à desigualdade de gênero. Embora o acontecimento relatado não tenha uma relação explícita com isso, o texto vai sendo construído de maneira a defender os direitos das mulheres. A América Latina, como se

viu também no Capítulo 3, é a região mais desigual do mundo, com níveis significativos de pobreza e setores que seguem sendo muito vulneráveis, entre eles, o das mulheres, o que, de acordo com a CEPAL (2019), constitui um obstáculo ao desenvolvimento da região. As mudanças que a região vem sofrendo, ainda de acordo com a CEPAL (2019), “son una manifestación de la urgencia de avanzar decididamente hacia estilos de desarrollo que contemplen en sus cimientos la igualdad de género y la autonomía de las mujeres, así como la garantía de los derechos de todas las personas sin excepción”²³⁴ (CEPAL, 2019, p. 12). É diante desse *contexto externo*, de particularidades e fragilidades do território, que *Animal Político* parece construir suas pautas.

Em relação ao *gênero*, identifica-se o texto analisado como informativo. Esse gênero é definido por Marques de Melo (2003) como resultado da articulação entre os acontecimentos reais e a sua expressão jornalística, que ocorre por meio de um relato, que tem como objetivo informar sobre o que ocorre na realidade. De fato, o texto de *Animal Político*, constitui em um relato sobre a repressão policial em uma manifestação de mulheres, o que também o caracteriza como sendo do *formato* notícia. A notícia, ressalta-se, é compreendida como esse relato de um fato, acontecimento (MARQUES DE MELO, 2003), e que responde, necessariamente, às perguntas o que? (repressão policial contra mulheres durante um protesto), quem? (policiais municipais), quando? (noite de 5 de setembro, um sábado), como? (perseguição, agressão e detenção de 28 mulheres), onde? (Ciudad Juárez), e por que? (os policiais justificaram as detenções ocorrerem por delitos a terceiros, não especificados, enquanto testemunhas do ocorrido afirmam que a perseguição teve início no exato momento em que as manifestantes gritavam frases contra o prefeito).

A notícia no site de *Animal Político* está assinada por Rocío Gallegos/La Verdad. Dessa maneira, já há a indicação de que não se trata de um texto produzido pela equipe da organização estudada, e sim por outra. *La Verdad, periodismo de investigación*²³⁵ é um site de jornalismo mexicano, com ares de independente, que, de acordo com informações do seu site, está comprometido com a vigilância do poder, com uma abordagem nos interesses cidadãos. Há, ainda, informações em sua página na internet que dão conta de uma “alianza de médios”, com sites de jornalismo independente mexicanos como *Chiapas Paralelo*, *Pie de Página* e *Lado B*, entre outros. Esse mesmo texto sobre a repressão policial, ao ser pesquisado na internet, pode

²³⁴ “são uma manifestação da urgência de avançar decididamente a estilos de desenvolvimento que contemplen em seus fundamentos a igualdade de gênero e a autonomia das mulheres, assim como a garantia dos direitos de todas as pessoas, sem exceção” (CEPAL, 2019).

²³⁵ <https://laverdadjuarez.com/>

ser encontrado nesses sites, que compõem a aliança. Destaca-se, no entanto, o fato de *Animal Político* não integrar esse grupo, e também não fazer nenhuma menção a qualquer parceria com *La Verdad* ou qualquer outro em seu site. É preciso ressaltar também que, embora essa tenha sido a notícia em destaque no momento do recorte dos textos a serem analisados, durante o período em que se realizou a leitura flutuante, observou-se que, em sua quase totalidade, os textos de *Animal Político* são de autoria da sua equipe.

No tocante à *origem das informações*, a notícia de *Animal Político* menciona poucas fontes. De fato, o texto é construído como um relato propriamente dito, em que a jornalista é a testemunha dos acontecimentos e, por isso, identifica-se, no Quadro 12, entre as fontes diretas, o que Silva e Maia (2011) chamam de *recursos alternativos*. As autoras definem os recursos alternativos, como câmeras escondidas, disfarces e infiltração. Não é esse o caso no texto analisado, no entanto, as autoras explicam esse tipo de *fonte*, não como uma fonte propriamente dita, mas como recursos que possibilitam o jornalista a ter acesso direto às informações, o que parece ser o caso da presença do profissional diante do acontecimento. Da mesma maneira, identifica-se como *fontes não-convencionais*, quando a jornalista faz referência a “vários testemunhos”, pois claramente identifica-se que houve o depoimento de sujeitos, porém eles não são identificados.

Quadro 12 – Origem da informação no conteúdo analisado de Animal Político

| DIRETAS | |
|-----------------------------------|--|
| Fontes não-convencionais | “Varios testimonios” |
| Institucional | Colectivo Hijas de Su Maquilera Madre |
| | César Díaz, representante da Comisión Estatal de Derechos Humanos |
| Especializada/comentadores | Elizabeth Flores, advogada |
| Recursos alternativos | Relato do jornalista a partir da sua presença no local do acontecimento |
| INDIRETAS | |
| Ciberespaço | Nota de duas comissões e outros dois institutos, relacionados à defesa dos direitos humanos e da igualdade de gênero |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

O texto analisado está estruturado em um texto principal, que responde às perguntas do formato notícia e, na sequência, um texto secundário, com mais informações sobre o

acontecimento. Há a presença de três fotografias, sendo que uma delas abre a notícia, e todas são creditadas à jornalista que também assina a matéria. No que diz respeito à hipertextualidade identificou-se apenas um link no corpo do texto, que remete à nota das duas comissões e outros dois institutos, relacionados à defesa dos direitos humanos e da igualdade de gênero, publicada na página do governo mexicano. Além deste, há links para compartilhar o conteúdo nas redes sociais digitais, para doar para *Animal Político*, e para outros dois conteúdos, que não tinham relação com a temática tratada na notícia.

Apesar de, como identificado a partir da *assinatura*, esse não se tratar de um conteúdo produzido pela equipe de *Animal Político*, seu conteúdo apresenta elementos recorrentes no site. A leitura flutuante realizada para a pré-análise permite afirmar que o gênero informativo e o formato notícia são os mais usuais, ainda que não os únicos – existem seções de conteúdos opinativos, comerciais e também de vídeos, como já dito anteriormente. De maneira geral, são poucos os links utilizados nas publicações, e sobressai a utilização de fotografias. Não é incomum, também, que haja a publicação de documentos no corpo das notícias, bem como a reprodução de publicações de redes sociais digitais.

Diferente do que identificou na *Agência Pública*, em *Animal Político*, os conteúdos aprofundados, as reportagens, são esporádicas, em geral publicadas na seção Mexico Desigual, ou como os Especiais. Esses especiais, algumas vezes são constituídos por apenas uma grande reportagem multimídia, outras, por uma série de reportagens, como uma cobertura especial sobre determinado tema. Nesses projetos, sem seção, há a utilização do potencial, especialmente da multimídia, com o uso dos diferentes recursos.

7.2.3 Chequeado

Chequeado, como se viu até aqui, é um site especializado em *fact-checking*, na Argentina, o primeiro na América Latina, inclusive. O texto em destaque, na data delimitada, foi publicado em 5 de setembro de 2020, com o título *Cómo llegó y qué grupos difundieron en la Argentina la falsa teoría que vincula al coronavirus con el 5G*²³⁶ (Figura 34). A publicação foi feita vinculada à seção El Explicador, a mais atualizada no site, como dito anteriormente, e na qual as declarações (ou informações) são verificadas, mas não com o uso das etiquetas, como é usual nessa prática.

²³⁶ <https://chequeado.com/el-explicador/como-llego-y-que-grupos-difundieron-en-la-argentina-la-falsa-teoria-que-vincula-al-coronavirus-con-el-5g/>

Figura 34 – Site de Chequeado



chequeado Si apoyás este proyecto **SUMATE** [íconos de redes sociais]

HOY Alberto Fernández | Coronavirus | Deuda | Horacio Rodríguez Larreta

5G y VILLAS GENOCIDIO
ESTÁN HACIENDO GUJETOS en Las VILLAS
ARGENTINA DESPIERTA! POR LA LIBERTAD de la HUMANIDAD

FALSO
Explicador
Es falso que los protagonistas de la quema de barbijos en el Obelisco militan en La Cámpora

Cómo llegó y qué grupos difundieron en la Argentina la falsa teor  que vincula al coronavirus con el 5G

Verdadero
Chequeo
Vizzotti: "La Ciudad es la que tiene más incidencia de casos y mortalidad"

Hilando fino
Cuáles son las ciudades del país donde el sistema sanitario ya tocó su techo

Explicador
Los 3 datos claves del coronavirus en el AMBA

Explicador
Lázaro Báez: cuáles son las causas que tiene el empresario cercano al kirchnerismo en su contra

Fonte: Chequeado.com

O texto trata de uma informa o falsa que circulava na Argentina que relacionava a dissemina o do coronavírus   tecnologia 5G e suas antenas. O conteúdo explica o que   a tecnologia 5G, o porqu  de ela ser associada   propaga o da Covid-19, e também como essa desinforma o se espalhou pelo país argentino. O texto, encerra, ainda, com uma abordagem sobre a natureza das teorias conspiratórias. De acordo com a publica o, até aquela data não havia antenas de 5G na Argentina e a expectativa   que isso não ocorra até 2022. E, segundo a Organiza o Mundial da Saúde (OMS), até então nenhuma investiga o realizada relatava algum efeito adverso para a saúde relacionado a esse tipo de tecnologia, mas, ao mesmo tempo, muitos estudos, com outras metodologias, ainda se encontravam em etapas iniciais.

Como a própria se o em que o texto está vinculado sugere, trata-se de uma explica o sobre a inconsistência da teoria e também como esse tipo de (des)informa o inicia, circula e vai ganhando ares de verdade. Mesmo que não seja um texto de *fact-checking* em seu formato mais usual, das etiquetas, ainda assim se trata de jornalismo de verifica o (SEIBT, 2019), e provavelmente por isso seja ainda mais difícil enquadr -lo nos *gêneros e formatos* pré-determinados. Seibt (2019), ao estudar essa prática, define o jornalismo de verifica o enquanto um tipo ideal, a partir de Weber. Ainda que a pesquisadora não trabalhe com conceito de gêneros jornalísticos, o *jornalismo de verifica o*   tratado ao longo de sua pesquisa de tese como tal. Seibt (2019) afirma que esse jornalismo pode encontrar validade em diferentes

formatos jornalísticos. Entende-se que, no caso do texto de *Chequeado*, trata-se de uma reportagem.

A reportagem de *Chequeado* é assinada por Olivia Sohr e Celeste Gómez Wagner, ambas integrantes da equipe da organização. Já em relação à origem da informação, se destacam as fontes indiretas, como mostra o Quadro 13, o que se observa como recorrente nos textos de *Chequeado*. Infere-se que isso ocorra pela natureza do jornalismo de verificação, que busca, muitas vezes, a checagem das informações em documentos, bem como o conteúdo de outros veículos de jornalismo para rastrear determinadas declarações ou desinformações.

Quadro 13 – Origem da informação no conteúdo analisado de *Chequeado*

| DIRETAS | |
|--------------------------------------|---|
| Recursos alternativos | Grupos no Facebook contra a tecnologia 5G |
| | Conta no Instagram: @criaconscente |
| Especializada/comentadores | Enrique Carnier, analista del mercado de telecomunicaciones |
| | Pedro Bekinschtein, pesquisador do Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) e diretor de pesquisa do Instituto de Neurología Cognitiva (INECO). |
| | Kanki Alonso, administrador de uma das páginas no Facebook contra o 5G |
| Assessoria de imprensa | Resposta da assessoria de Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom) |
| INDIRETAS | |
| Ciberespaço | Nota da Organização Mundial da Saúde (OMS) sobre a tecnologia 5G |
| | Guia sobre teorias da conspiração |
| Outros veículos jornalísticos | Checagem da Full Fact (Inglaterra) |
| | 2 Notícias da BBCNews (Inglaterra) |
| | Notícia de Swi (Suíça) |
| | Notícia de ComputerWorld (Austrália) |
| | Notícia de Gloucestershire Live (Inglaterra) |
| | Checagem de Snopes (EUA) |
| | Notícia de Wired (Inglaterra) |
| | Notícia de La Nación (Argentina) |
| Notícia de El Ciudadano (Argentina) | |
| Notícia de The Guardian (Inglaterra) | |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Os textos de *Chequeado* tem uma particularidade na sua estrutura, uma espécie de resumo do conteúdo, demarcado, logo abaixo do título, pela frase: *Si tenés sólo unos segundos, leé estas líneas*²³⁷. Na sequência há um parágrafo introdutório que, na reportagem analisada, é seguido de outros quatro textos secundários. E no que diz respeito aos *recursos adicionais/visuais*, há apenas uma fotografia, no topo da matéria. Além disso, a hipertextualidade está bastante presente, com os ícones para compartilhamento nas redes sociais digitais e outros 24 links que, em sua totalidade, direcionavam para as fontes de informação, discriminadas no Quadro 13.

Esse uso dos hiperlinks, que deixam claro para o leitor a origem das informações, está diretamente ligada a uma prática mais transparente, como visto também na *Agência Pública*. No caso específico da prática do *fact-checking*, a transparência é uma das premissas preconizadas pela *International Fact-checking Network* (IFCN), a rede que congrega as experiências de jornalismo de verificação no mundo, e que certifica seus signatários que cumpram com os protocolos compartilhados internacionalmente. Essa transparência é um princípio para várias frentes, entre elas no que diz respeito às fontes consultadas.

7.2.4 Contra Corriente

No site hondurenho *Contra Corriente*, o texto destacado para a análise tem como título *Por defender territorio y cultura, la violencia le llegó al pueblo garífuna*²³⁸ (Figura 35), publicado no dia 2 de agosto de 2020. O fato de ser destaque, um mês depois, nesse caso, não significa que não houve produção posterior, trata-se de uma decisão editorial. O povo garífuna, a saber, é composto por um grupo étnico de miscigenação entre índios caraíbas e aruaques e escravos africanos, estabelecidos na costa de Belize e Honduras. O acontecimento que dá origem a esse conteúdo de *Contra Corriente*, foi o sequestro de cinco pessoas, precedidos de resistência e violência, na comunidade de Triunfo de la Cruz, no município costeiro de Tela, Atlántida, entre estes quatro eram garífunas, sendo três reconhecidos líderes na comunidade. Esse ocorrido é tomado como ilustrativo para evidenciar a violência a que esse povo é submetido há décadas no país.

²³⁷ “Se tens apenas alguns segundos, lê essas linhas” (tradução nossa).

²³⁸ <https://contracorriente.red/2020/08/02/por-defender-territorio-y-cultura-la-violencia-le-llego-al-pueblo-garifuna/>

Figura 35 – Site de Contra Corriente



ACTUALIDAD



«Con el dinero invertido en hospitales móviles ya se hubiera construido un hospital de verdad»: German Pérez, de la ANDI

Read in English Uno de los mayores gastos para atender en la pandemia fue la compra de 7 h...

POR VIENNA HERRERA | 4 SEPTIEMBRE, 2020 | 0 COMENTARIOS



La Honduras de la nueva normalidad y el continuismo del conflicto social

Read in English El pasado lunes 31 de agosto se llevó a cabo el Panel Economía y conflict...

POR CESIA GARAY | 3 SEPTIEMBRE, 2020 | 0 COMENTARIOS



Roatán: una micro nación a la venta

Read in English Islas de la Bahía es el destino turístico por excelencia tanto para hondu...

POR LIZZ GABRIELA MEJIA RAUDALES | 3 SEPTIEMBRE, 2020 | 2 COMENTARIOS

Fonte: contracorriente.red

Trata-se de um texto longo, o maior entre os oito analisados. Conta sobre em que circunstâncias se deu esse sequestro, a partir de relatos da comunidade, que acredita ser um crime que tenha relação com um histórico conflito de disputa por terras, dando voz a dirigentes que acreditam na cumplicidade do Estado hondurenho. O texto conta o quanto a comunidade vive amedrontada desde então e também sobre manifestações pacíficas, exigindo respostas das autoridades competentes. Manifestações que, em algumas ocasiões, sofreram repressão policial. E busca atualizar a situação da investigação sobre o crime.

O texto segue com uma abordagem mais ampla, sobre as frequentes violências sofridas por esse povo em Honduras. Em 10 anos, eles fizeram 105 denúncias de agressão, por assassinato, ameaças, deslocamentos forçados, criminalização, assédio judicial e desapareção. Pontua que as terras garífunas são ponto de travessia de drogas, e as disputas por essas terras

fez que com essa região se tornasse um dos principais cenários do crime organizado no país. Só em 2015 o Estado de Honduras perdeu duas ações na Corte Interamericana de Direitos Humanos por violação dos direitos ancestrais e coletivos, mas a sentença, até a publicação da matéria, não havia sido cumprida.

Há o relato de uma série de outras sentenças de proteção a esse povo ignoradas pelo Estado. E, junto desse desamparo, pelo menos dois grandes projetos imobiliários vão sendo implementados sobre essas terras. Líderes de movimentos sociais entrevistados afirmam que respeitar e manter os territórios protegidos, bem como sua população, é preservar a cultura garífuna, declarada como patrimônio cultural imaterial da humanidade pela Unesco, em 2001. O texto finaliza com uma contextualização histórica das lutas desse povo para a preservação de seu território e das múltiplas formas de violência sofridas pelos garífunas, em diferentes comunidades.

O *contexto externo* é dado pela própria matéria de *Contra Corriente*. Desde 2009 foram registrados 685 casos de violência contra defensores do meio ambiente, sendo que a população mais afetada foi a garífuna: dos 138 assassinados, sete foi desse povo. Como se viu na apresentação dos territórios latino-americanos do capítulo 3 dessa tese, os povos indígenas e ancestrais são historicamente violados na América Latina, assim como seus direitos. Na contemporaneidade, essas violações estão, na maioria das vezes, relacionadas a disputa de terras, seja para o capital imobiliário, como no caso retratado, ou também pelos interesses no agronegócio. A violação dos direitos humanos, de maneira geral, também é recorrente nos diferentes territórios da região.

De acordo com o Informe Anual da Anistia Internacional de 2019, a região das Américas (incluindo a América do Norte, portanto), é a mais perigosa no mundo para os defensores dos direitos humanos, sendo os defensores dos direitos humanos e os líderes indígenas que lutam para defender suas terras e ao meio ambiente, as pessoas com maior risco de sofrer algum tipo de violência. O informe reforça o discurso de fundo do texto de *Contra Corriente*, ao afirmar que, nas Américas, a maioria dos governos não respeita nem garante os direitos indígenas.

Identifica-se o texto como do *gênero* interpretativo e no *formato* de reportagem em profundidade, aos moldes do que se justificou no caso da *Agência Pública*. Já *assinatura* é de Allan Bu, que não consta como membro da equipe no site de *Contra Corriente*. Abaixo de seu nome, há outros três colaboradores: Deiby Yánes, Jennifer Ávila e Linda Ordeñez. O primeiro também não está entre os membros da equipe, mas assina outros conteúdos e é o fotógrafo das imagens utilizadas na reportagem; a segunda é diretora da organização e assina como editora e

jornalista a matéria analisada; a última também não discriminada entre os membros da equipe, e assina como corretora de estilo.

Já no que diz respeito à *origem da informação*, as fontes são elencadas no Quadro 14. O relato da reportagem permite afirmar que os repórteres estiveram na comunidade em que ocorreram os sequestros, pois presenciaram manifestações e a presença dos investigadores no local, além da própria dinâmica cotidiana da população. Algumas fontes não são identificadas ao longo do texto, como “uno de los líderes de la comunidad” ou “sus compañeros del patronato”, classificadas no Quadro 14. A reportagem menciona, também, Yuri Mora, porta-voz da Procuradoria-Geral da República, que foi consultado, mas não respondeu aos questionamentos. Há, como se pode observar, uma tipologia de fontes plural para a construção de uma reportagem em profundidade, como a de *Contra Corriente*.

Quadro 14 – Origem da informação no conteúdo analisado de *Contra Corriente*

| DIRETAS | |
|--------------------------------|--|
| Fontes do poder público | Dania Cruz, porta-voz da Polícia Nacional |
| | Héctor Rutz, comissionário da polícia |
| Fontes institucionais | César Benedith, membro do conselho comunitário da comunidade de El Triunfo de la Cruz e membro da Organización Fraternal Negra Hondureña (Ofraneh) |
| | Mirian Miranda, coordenadora da Ofraneh |
| | Marvin Güity, presidente do conselho comunitário da comunidade de San Juan |
| Fontes cidadãos | Um dos líderes da comunidade |
| | Edgardo Benedith, ex-presidente do conselho comunitário |
| | Companheiros do conselho |
| | Uma mulher, moradora da comunidade El Triunfo de la Cruz |
| | Francis López, manifestante |
| | Doña Ernesta, moradora |
| Assessoria de imprensa | Município de Tela |

| | |
|---|---|
| Fontes não-convencionais | Empregado da prefeitura de Tela, que não quis se identificar |
| INDIRETAS | |
| Outros veículos jornalísticos | Entrevista publicada no jornal alemão DW. |
| Ciberespaço | Postagem no Twitter de Juan Orlando Hernández, presidente de Honduras |
| Documentos impressos e eletrônicos | Nota dos moradores de El Triunfo de la Cruz |
| | Nota do Comisionado Nacional de Derechos Humanos (Conadeh) |
| | Nota da Ofraneh |
| | Sentença da Comissão Interamericana de Direitos Humanos |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A reportagem de *Contra Corriente* está estruturada em um texto principal e outros cinco secundários. Como *recursos visuais/adicionais*, aciona 16 fotografias e também utiliza um vídeo²³⁹, posto logo abaixo das últimas linhas do texto. O vídeo tem 17 minutos e apresenta as mesmas informações da reportagem, de uma maneira mais sintetizada, com imagens e entrevistas. Além disso, há apenas um link no corpo do texto, que direciona para um projeto colaborativo internacional do qual *Contra Corriente* fez parte, *Tierra de Resistentes*, mencionado no Capítulo 6. Tem-se nessa *forma* do conteúdo de *Contra Corriente* um exemplo dos textos do site, reportagens, na maioria das vezes em profundidade, com pluralidade de fontes e fotografias.

7.2.5 GK.city

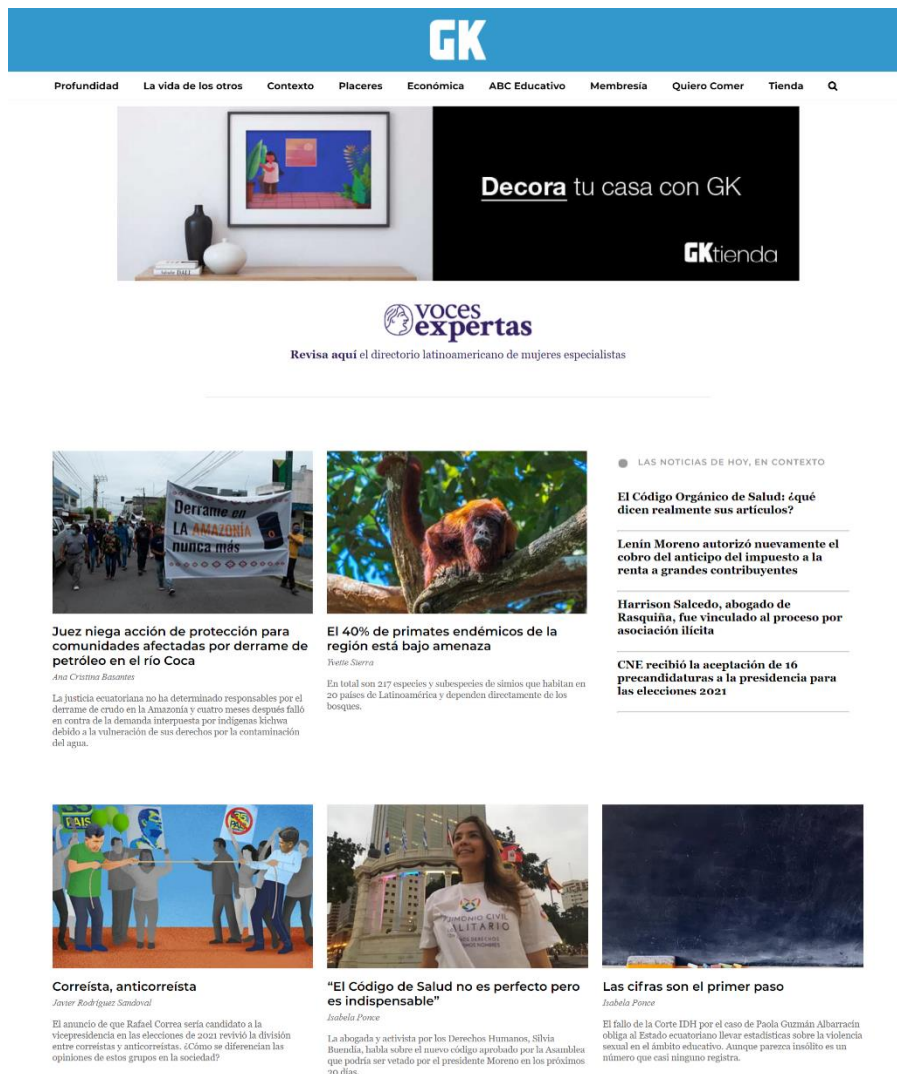
Como se viu, a *homepage* de *GK.city* não possui um destaque principal, mas sim cinco textos, que ocupam a mesma área. Nesse sentido, analisa-se o primeiro destaque desse conjunto. Apesar de ocupar esse espaço na data delimitada, 6 de setembro de 2020, a matéria foi publicada no dia 2 daquele mês, sob o título *Juez niega acción de protección para comunidades afectadas por derrame de petróleo em el río Coca*²⁴⁰ (Figura 36). O texto noticia, como o título já informa, que uma ação legal movida pelos indígenas Kichwa, havia sido negada. Tratava-se de uma ação de proteção e de medidas cautelares a favor de comunidades indígenas afetadas pelo derramamento de petróleo no rio Coca, na Amazônia equatoriana, por violação de seus direitos

²³⁹ https://www.youtube.com/watch?v=4XcCte5bFtQ&feature=emb_title

²⁴⁰ <https://gk.city/2020/09/02/accion-proteccion-comunidades-indigenas/>

devido a contaminação da água. O derramamento se deu após a ruptura de dois oleodutos, e ao todo, afetou 109 comunidades. As comunidades afetadas sofrem com infecções e doenças de pele, desde então. O texto se constrói elencando uma série de fragilidades no processo, que acabou negando a ação dos indígenas, destacando que há danos ambientais e sociais, e riscos de outros derramamentos.

Figura 36 – Site de GK.city



Fonte: gk.city

Cabe relembrar que os territórios latino-americanos foram se constituindo por meio da exploração dos recursos naturais dessa região, bem como do genocídio de sua população autóctone, de diferentes raízes étnicas, como se viu no Capítulo 3. Os processos de desenvolvimento desses territórios, via de regra, privilegiam os interesses do capital e das elites em detrimento do meio ambiente e de sua população mais vulnerável que, diante dessas

práticas, vai se tornando ainda mais vulnerável. Trata-se de uma relação de poder desigual na constituição desses territórios, presente desde seu período colonial, ainda que com contornos mais contemporâneos, sendo esse o *contexto externo* da pauta.

GK.city, ao dar espaço para esse acontecimento, e tantos outros que envolvem as comunidades indígenas e as causas ambientais, evidenciam a fragilidade dessa relação de poder, ao mesmo tempo que também contribuem, de alguma maneira, pela centralidade da mídia na cultura (HALL, 1997), para diminuir minimamente essa desigualdade de poderes.

Assim como ocorreu no texto da *Agência Pública*, em *GK.city* também identifica-se o destaque como do *gênero* interpretativo, mas nesse caso, também não se enquadra nos formatos propostos por Marques de Melo e Assis (2016), e sim com algo que está mais próximo de uma reportagem em profundidade, a partir das características já tratadas na seção que corresponde ao caso brasileiro.

A reportagem de *GK.city* é assinada por Ana Cristina Basantes, jornalista que integra a equipe do site. Entre as competências dessa profissional junto à organização equatoriana, está a condução de uma série de vídeos sobre a vida dos povos amazônicos do país. Além disso, há um alerta no início da reportagem que informa se tratar de um texto da aliança entre *GK.city* e *Mongabay Latam*. Como já explicitado na pré-análise, as duas organizações mantêm um projeto colaborativo para contar histórias sobre o meio ambiente e os direitos indígenas.

A *origem da informação* na reportagem vem de fontes diretas e indiretas, praticamente na mesma proporção. Destaca-se o fato de que, conforme apresenta o Quadro 15, as fontes são majoritariamente representativas das comunidades indígenas, de alguma maneira, seja por advogarem na ação de que trata a reportagem, ou por serem representantes de causa indígena, ambiental e/ou de direitos humanos. O documento que registra a negação do juiz, por exemplo, não é mencionado. Ele é comentado por meio das outras fontes. O magistrado tampouco parece ter sido consultado.

Quadro 15 – Origem da informação no conteúdo analisado de GK.city

| DIRETAS | |
|------------------------------|---|
| Fontes Institucionais | Carlos Jipa, presidente da Federación de Comunas Unión de Nativos de la Amazonía Ecuatoriana (Fcunae) |
| | Veronica Grefa, presidente da comunidade de Toyuca |

| | |
|--------------------------------------|---|
| | Marlon Vargas, presidente da Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (Confenia) |
| Especializada/comentadores | Verónica Potes, advogada do caso e especialista em temas ambientais |
| | María Espinoza, advogada do caso |
| | Viviana Idrovo, advogada do caso |
| INDIRETAS | |
| Ciberespaço | Nota da Confenia |
| | Nota da Fundación Regional de Asesoría en Derechos Humanos (INREDH) |
| | Nota de Petroecuador |
| | Nota do Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias (SNGRE) |
| Outros veículos jornalísticos | 4 notícias de MogabayLatam |

Fonte Elaborado pela autora (2020).

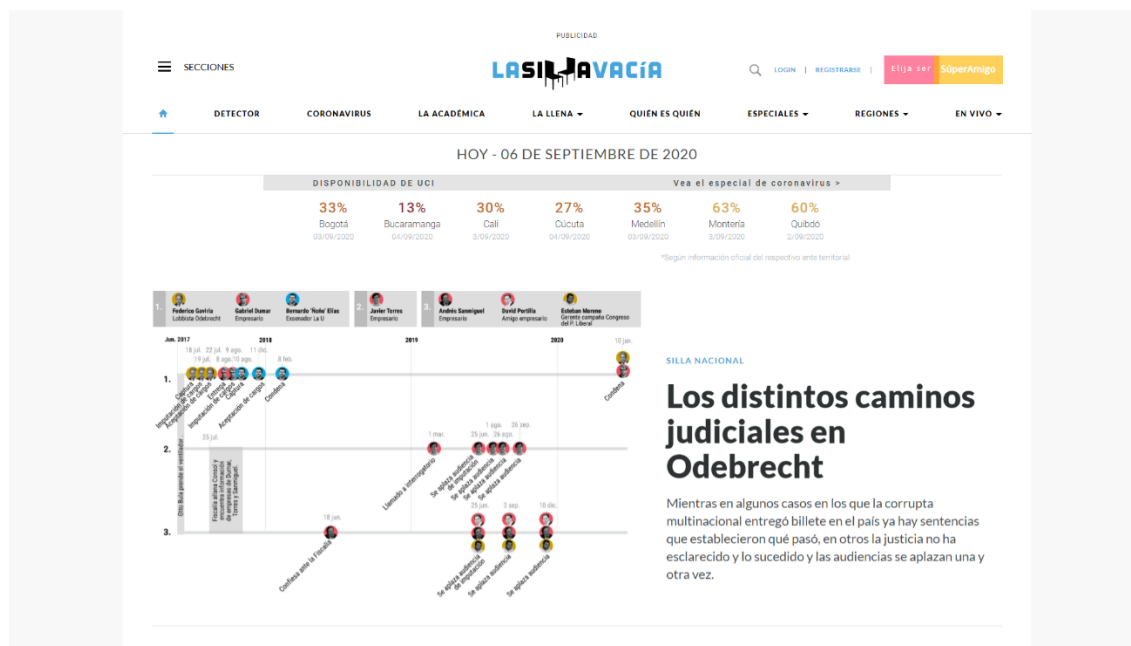
A reportagem está composta por um texto principal e outros dois secundários e seis fotografias. Além disso, enquanto *recurso visual/adicional*, há a presença de oito hiperlinks no corpo do texto, sendo que metade deles redireciona para reportagens anteriores do site *MongabayLatam*, parceiro de *GK.city* na cobertura dessas temáticas, corroborando com o entendimento de que, entre outros, os projetos colaborativos entre as organizações de jornalismo independente cumprem um papel de retroalimentação de conteúdo. Além disso, como já se viu nos sites anteriores, o uso do hipertexto é informativo, na medida em que redireciona para textos complementares, e ainda um instrumento de transparência, quando mostra a origem da informação.

Observa-se, de maneira geral, nos conteúdos de *GK.city*, pautas de cunho social, que tratam de violação de direitos humanos e/ou da garantia desses direitos, o que envolve, principalmente, grupos como as crianças, as mulheres, os indígenas e pessoas em situação de vulnerabilidade. Além disso, as temáticas acerca do meio ambiente também são presentes. A reportagem analisada é ilustrativa do conjunto da produção jornalística de *GK.city*, tanto em relação à sua temática, quanto à *gênero e formato*, e *origem da informação*. Destacam-se as fontes institucionais, especializadas e cidadãs, em detrimento do poder público, bem como o uso recorrente de documentos.

7.2.6 La Silla Vacía

Em *La Silla Vacía*, o texto *Los caminos judiciales desiguales en Odebrecht*²⁴¹ (Figura 37) foi publicado em 6 de setembro de 2020. O texto revisa e compara os processos judiciais de três condenados por corrupção na Colômbia, envolvidos no caso Odebrecht, a multinacional brasileira. Informa que foram 12 condenados até aquele momento no esquema de corrupção, mas que existem outros personagens envolvidos na rede criminosa, em casos que seguem sem ser esclarecidos. O conteúdo destaca que dois desses personagens indiciados são um empresário e um político pouco conhecidos, Javier Torres e Esteban Moreno, respectivamente. Esclarecer esses processos, independente da condenação ou não, diz o texto, é importante para que se compreenda os braços da operação, uma vez que ambos eram próximos de figuras chave para a reeleição, em 2014, do presidente Juan Manuel Santos, campanha na qual, supostamente, teria entrado dinheiro da operação.

Figura 37 – Site de La Silla Vacía



Fonte: lasillavacia.com

O texto de *La Silla Vacía*, acrescenta a essa dupla, um condenado no caso, ex-senador, Bernardo ‘el Nonõ’ Elías. Sendo, portanto, os casos desses três personagens revisados e comparados, uma vez que todos tiveram o mesmo ponto de partida, em termos de período, mas a velocidade da justiça para ambos é diferente. Esses diferentes tempos são comparados em um infográfico. Na sequência são apresentados os caminhos pelos quais os três processos

²⁴¹ <https://lasillavacia.com/los-caminos-judiciales-desiguales-odebrecht-78019>

percorreram, em uma espécie de linha do tempo, com datas e seus respectivos acontecimentos e pessoas públicas envolvidas.

Entre 2015 e 2016, especialmente, muitos dos grandes casos de corrupção ganharam notoriedade, em diferentes países da América Latina. Contudo, antes disso, em 2013, a pesquisa anual do Latinobarómetro já indicava que, para a população da região, a corrupção já era um dos três principais problemas em seus países, junto a situação econômica e a segurança pública. Já na pesquisa de opinião de 2018, do Latinobarómetro, há a constatação de que na percepção dos latino-americanos a corrupção só cresce, sendo essa a opinião de 65% das pessoas. De acordo com esse mesmo relatório, em 2018, eram justamente no imaginário dos colombianos que a corrupção ocupava lugar de destaque entre os problemas do país.

A Corruption Perception Index (CPI), da ONG Transparência Internacional, em 2019, vai pelo mesmo caminho, evidencia que a região não tem avançado em ações contra a corrupção. Pelo quarto ano consecutivo o continente americano ficou com uma pontuação média de 43 pontos, em uma escala de 0 a 100, onde 0 significa que um país é percebido como muito corrupto e 100 como muito íntegro. Moraes, Santos e Torrecillas (2014), demonstram que há relação entre esses índices de percepção de corrupção na América Latina e a qualidade democrática, constatando uma forte correlação negativa entre as variáveis, sendo uma ameaça ao desenvolvimento desses territórios. Os autores concluem que fortalecer a democracia pode ser uma estratégia para diminuir os índices de corrupção. E, acredita-se, uma das maneiras de fortalecer a qualidade democrática é com informação plural e de qualidade.

No entanto, não é apenas a esse *contexto externo* que está associada a pauta de *La Silla Vacía*. A operação Lava Jato, que teve início no Brasil em 2014, e em 2015 as investigações chegaram até grandes empreiteiras brasileiras, entre elas a Odebrecht, citada no texto do site colombiano. Em 2016 a empreiteira fez um acordo de leniência, que previa o depoimento de 78 de seus executivos. Esses depoimentos deram origem as investigações no exterior. De acordo com uma notícia publicada no Correio Braziliense em dezembro de 2017, até aquela data, 49 países possuíam investigações em andamento com o desdobramento dos depoimentos.

Do *gênero* interpretativo e do *formato* reportagem em profundidade, o texto de *La Silla Vacía*, é assinado por Ana León, Daniela Amaya Rueda, Adelaide Ávila Cabrera e Laura Ardila Arrieta, todas jornalistas da equipe da organização. Esse trabalho em parceria entre as colegas corrobora com o que se apresentou sobre a produção da organização no Capítulo 6. Cabe destacar que duas dessas profissionais são ligadas à produção do jornalismo gráfico em *La Silla Vacía*, bastante representado na reportagem analisada.

Já no que diz respeito à *origem da informação*, *La Silla Vacía* foge de um padrão dos demais sites analisados, e até mesmo de uma convenção entre veículos jornalísticos, pois raramente menciona suas fontes. A reportagem analisada é construída como uma retrospectiva histórica, e as diferentes etapas dos processos revisados pelo texto já foram noticiados em algum momento, seja por *La Silla Vacía* ou por outro veículo de informação, que são mencionados vez ou outra. Pela natureza da investigação jornalística infere-se que muitas das informações contidas ali tem origem em documentos da investigação judicial, mas eles não são especificados.

Essa é uma prática comum nos textos da organização. *La Silla Vacía*, afirmam a jornalista e o editor geral entrevistados para essa pesquisa, faz um jornalismo interpretativo. E para eles, isso implica em apurar determinada pauta, compreender os acontecimentos e seus desdobramentos e depois explicar isso, textualmente, ao leitor. A maioria das fontes da organização são do poder público, em decorrência do site se dedicar a investigar o poder na Colômbia. E por trabalhar com esse tema e com essas pessoas, na maioria das vezes essas fontes não podem revelar o nome, pois isso pode custar seus empregos (JORNALISTA DE LA SILLA VACÍA, 2019). Não é exatamente o caso da reportagem analisada, mas se faz necessário destacar essa particularidade, para uma melhor compreensão de como, de maneira geral, se constroem as reportagens da organização.

A jornalista de *La Silla Vacía* (2019) explica:

La premisa es: lo que puedas decir tú y explicar de una manera más simples, hazlo. Las comillas solo se usan cuando se dan absolutamente necesarias. Es decir, cuando las comillas digan algo de una manera más contundente do que puedan decir tus palabras. O cuando sea un dato demasiado específico, como para decir, eso sí le dijo alguien. Pero por general después de las comillas decimos: eso nos dijo un alto funcionario del gobierno y porque sabe del tema. No solo vale decir en que trabaja, sino porque sabe del tema, ya que estamos protegiendo el nombre. Entonces, eso lo dijo un alto funcionario que estuve cerca del diseño del desarrollo de Ley TIC. Cualquier cosa. Como para explicar al lector porque esta persona se supone que sabe. Y lo que hacemos mucho es, al principio, es una formula usual, al principio del artículo decimos: para este artículo hablamos con X cantidad de fuentes. Y luego ya decir, como más tono interpretativo nuestro. O, por ejemplo, según cuatro fuentes, o cuatro fuentes coincidieron en decir que esto y esto, pasó así, así y asado. Pero no decimos quién, ni nombre, ni apellido. Eso casi nunca nos pasa. Siempre más que todo es hacer reportería para yo entender y para yo interpretar y contar.²⁴² (JORNALISTA DE LA SILLA VACÍA, 2019).

²⁴² A premissa é: o que você pode dizer e explicar de forma mais simples, faça. As aspas são usadas apenas quando absolutamente necessárias. Ou seja, quando as aspas dizem algo de forma mais contundente do que podem dizer as tuas palavras. Ou quando é uma informação muito específica, para dizer que alguém te contou. Mas geralmente, depois das aspas, dizemos: isso é o que um alto funcionário do governo nos disse e porque ele sabe disso. Não só vale a pena dizer em que ele trabalha, mas porque ele sabe disso, já que estamos protegendo o nome. Então, isso foi dito por um alto funcionário que estava perto da concepção do desenvolvimento da Lei de TIC. Qualquer coisa. Como se explicasse ao leitor por que essa pessoa deveria saber. E o que fazemos muito é, no início, é uma fórmula usual, no início da matéria dizemos: para este artigo falamos com X quantidade de

A reportagem inicia com um texto principal seguido de um infográfico. Na sequência, cada um dos três caminhos judiciais possui um texto secundário. E esses textos secundários, iniciam com um outro infográfico – sendo um total de quatro na reportagem, portanto – e segue com intertítulos que pontuam as datas do ocorrido, com uma pequena foto das figuras envolvidas, como mostra a Figura 38. Ao longo do texto também há foto do trecho de documentos e a transcrição de algumas conversas, apresentadas em um formato como de *chat*. É possível dizer que toda a reportagem, pela maneira gráfica como se estrutura, aciona *recursos visuais/adicionais*, com os infográficos, retratos em miniatura e a própria estrutura em si. Além dos links usuais, para compartilhamento nas redes sociais digitais e pra ler sobre o perfil das jornalistas que assinam a reportagem, há outros seis links no corpo do texto, três deles redirecionam para investigações jornalísticas publicadas pela própria *La Silla Vacía*; outros dois para matérias publicadas por outros veículos de informação; e um último para uma nota do governo para a imprensa.

Figura 38 – Fragmento da reportagem de La Silla Vacía

12 y 13 junio 2017



Fiscalía



Otto Bula

Excongresista Liberal

Prendió el ventilador en declaraciones a la Fiscalía luego de que los empresarios brasileños de Odebrecht lo mencionaran y fuera capturado. Contó que Federico Gaviria, lobbista de Odebrecht, coordinó la firma de contratos simulados para pagar los sobornos a congresistas y funcionarios, Gabriel Dumar, contratista cercano al Ñoño, puso las empresas para hacer los contratos chimbos y Bernardo Ñoño Elías, excongresista La U, recibió parte de la coima.

Fonte: La Silla Vacía (2020).

fontes. E logo dizemos, já com um tom interpretativo. Ou, por exemplo, de acordo com quatro fontes, ou quatro fontes concordaram que isso e isso acontecia assim, assim e assado. Mas não dizemos quem, nem o nome, nem o sobrenome. Isso quase nunca acontece conosco. Sempre mais do que tudo é fazer reportagem para eu entender e para eu interpretar e contar. (JORNALISTA DE LA SILLA VACÍA, 2019, tradução nossa).

La Silla Vacía tem uma preocupação com os aspectos gráficos, tendo, inclusive, cargos, por exemplo, de editora, coordenadora e produtora criativa, mas esse formato de texto, como o da reportagem analisada, não é recorrente. De maneira geral, os textos contam com alguns textos secundários e poucas fotografias. A depender da pauta, publicam, junto ao texto, documentos e postagens de redes sociais digitais. Isso, evidentemente, nos conteúdos informativos, mas há os textos opinativos, vídeos, podcasts e outros conteúdos, como se viu na pré-análise.

7.2.7 Nómada

A *homepage* de *Nómada*, como se explorou na pré-análise, no momento da captura, tinha em seu topo de página dados sobre o coronavírus na Guatemala, seguido de um destaque chamado *Lo último*, em que o site faz uma síntese das notícias do dia. Só depois é que estão os conteúdos, propriamente, em destaque. O texto analisado na sequência foi publicado no dia 4 de setembro de 2020, com o título *Don Gerardo, el bombero, y el tesoro de la primera motobomba donada por Árbenz*²⁴³ (Figura 39). O texto trata da história de Gerardo Borrayo, que por 42 anos foi bombeiro voluntário.

²⁴³ <https://nomada.gt/cotidianidad/don-gerardo-el-bombero-y-el-tesoro-de-la-primera-motobomba-donada-por-arbenz/>

Figura 39 – Site de Nómada



Fonte: nomada.gt

A história de Borrayo, como conta o texto, ficou conhecida após um *tweet* viral de seu neto. Josué Artigo, o neto, *tweetou* uma foto de seu avô, com camiseta e boné do corpo de bombeiros, com fotografias e capacetes na parede, em que contava que Borrayo havia sido convidado para uma entrevista institucional por parte dos bombeiros voluntários, mas nunca chegaram para, de fato, entrevistá-lo. A postagem causou comoção no país guatemalteco e até a data da publicação de *Nómada*, como informa o texto, outros nove veículos de comunicação já o haviam procurado e entrevistado.

O texto, que tem como foco a história desse homem, tanto pelo tweet viral, quanto por seu trabalho voluntário junto ao corpo de bombeiros, narra algumas de suas histórias e dá conta de sua atual situação laboral. O título do texto, que faz menção a uma motobomba, é em decorrência de uma fotografia guardada por Borrayo, que de acordo com ele ninguém mais tem, da primeira motobomba que chegou na Guatemala, desde os Estados Unidos, uma doação do presidente da época, Jacobo Árbenz. Além disso, o texto faz uma crítica a falta de reconhecimento por parte do Estado em relação aos seus serviços prestados. Tem-se um conteúdo que, diferente dos anteriores, não possui um grande tema transversal. A pré-análise indicou, no entanto, a sobressalência da temática da corrupção no país, uma prática presente na constituição dos territórios latino-americanos.

No tocante ao *gênero*, o texto é interpretativo, apresentando um *formato* de perfil. O perfil, explica Costa (2010), é um relato biográfico, em que se dá visibilidade para os sujeitos que adquirem notoriedade na cena jornalística, mesmo que ocasional, como é o caso do personagem desse perfil publicado por *Nómada*. A publicação é *assinada* por Jody García, uma assinatura recorrente entre os conteúdos do site. Apesar de *Nómada* não explicitar os nomes de sua equipe em seu site, abaixo do perfil analisado, há um pequeno resumo sobre a jornalista que a apresenta como integrante da equipe.

Como mostra o Quadro 16, a informação do perfil publicado por *Nómada* tem *origem* em duas fontes: o próprio sujeito perfilado e duas publicações de seu neto no *Twitter*, que resultaram no conhecimento público do ocorrido. Na pré-análise observou-se que há diversidade nos conteúdos, seja em gênero, formato ou origem das informações.

Quadro 16 – Origem da informação no conteúdo analisado de Nómada

| DIRETAS | |
|-----------------------|--|
| Fontes cidadãs | Gerardo Borrayo, bombeiro voluntário |
| INDIRETAS | |
| Ciberespaço | Dois tweets de Josue Artiga, neto de Borrayo |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

O texto está estruturado em um texto principal e outro secundário, com três fotografias e sem a presença de hiperlinks no corpo do texto. Há, sim, links para o compartilhamento nas redes sociais digitais e para o conjunto de textos publicados pela jornalista responsável pelo perfil. E também a imagem de um dos tweets de Josue Artiga, que redirecionava para seu perfil no *Twitter*.

O texto de *Nómada* em destaque na data delimitada, representa muito pouco o que de fato é conteúdo do site, e por tanto, se faz necessário pontuar que se observou, na leitura fluante da pré-análise, a recorrência tanto do *gênero* informativo, como do interpretativo, e de variados *formatos*, mas principalmente a notícia e a reportagem. As pautas, como já se apontou, privilegiam a política, as denúncias de corrupção e as questões de gênero.

7.2.8 Sudestada

O texto em destaque do site uruguaio *Sudestada*, foi publicado em 30 de agosto de 2020, com o título *UPM abandona proyectos en Finlandia por beneficios superiores en Uruguay*²⁴⁴. A matéria dá conta do fechamento de uma fábrica da UPM na Finlândia, onde trabalhavam 450 pessoas, enquanto avançavam negociações da multinacional no Uruguai, com privilégios econômicos e permissividades por parte de autoridades ambientais no país. A UPM é uma multinacional finlandesa fabricante de papel, madeira e celulose. O texto informa as circunstâncias em que se deu o encerramento das atividades na fábrica em questão – alta carga fiscal e altos salários na indústria, de acordo com a empresa.

Figura 40 – Site de Sudestada



Fonte: Sudestada.com.uy

Na sequência, o conteúdo produzido por *Sudestada* explica a situação da UPM no Uruguai, onde a multinacional estava fazendo o maior investimento de sua história, com condições econômicas e fiscais privilegiadas, bem como com violações das condições estabelecidas para a implementação de um fábrica de celulose. O texto constrói uma espécie de

²⁴⁴ https://www.sudestada.com.uy/articleId__31a01862-7b1f-4e62-98e4-27a6f79c9277/10893/Detalle-de-Noticia

cronologia, com as principais decisões e exigências não cumpridas em relação a instalação da fábrica no país, propondo que haja uma correlação entre o fechamento da fábrica na Finlândia e a abertura de outra no Uruguai, onde a empresa poderia encontrar mão de obra mais barata e um relaxamento das exigências ambientais. Tem-se aí duas questões importantes no que diz respeito ao desenvolvimento dos territórios latino-americanos e, conseqüentemente, ao *contexto externo*. Uma delas é a questão da proteção ao meio ambiente, já tão castigado nessa região do mundo. A outra delas, é a subalternidade dos territórios frente aos interesses do capital.

Identifica-se no texto o *gênero* informativo, uma vez que dá conta de um acontecimento, o fechamento de uma fábrica da UPM na Finlândia. E o *formato* reportagem, neste caso, contextualizando o acontecimento, com descrições, como sugere Costa (2010) em sua síntese da classificação de Marques de Melo, sobre o modo, o lugar e o tempo.

Sudestada, como essa tese vem demonstrando, inclusive pela entrevista com um de seus cofundadores e diretor, é uma organização frágil desde o ponto de vista de condições estruturais de produção, passando pelas dificuldades financeiras. O fato de na data delimitada, 6 de setembro de 2020, a matéria em destaque ser de 30 de agosto, uma semana antes, ilustra essa situação. O texto é *assinado* por Víctor L. Bacchetta, que não integra a equipe de quatro jornalistas do site. Observou-se que *Sudestada* cobre, sistematicamente o caso da implementação da fábrica da UPM no Uruguai desde 2018, e todos os textos são assinados por esse mesmo colaborador, possivelmente voluntário, a partir do que afirmou o cofundador e diretor em entrevista para essa pesquisa.

O Quadro 17 elenca a *origem da informação* na reportagem de *Sudestada*. A reportagem vai apresentando as informações, sem especificar sua origem. Além das fontes elencadas no quadro, menciona uma coletiva de imprensa da Primeira Ministra da Finlândia, Sanna Marin, “declarações de membros governo nacional finlandês”, e “analistas da Finlândia”, que pouco dizem sobre a origem dessa informação. Infere-se serem informações do ciberespaço ou de outros veículos jornalísticos, por se tratarem de declarações feitas na Finlândia. Já no que diz respeito às informações sobre o processo no Uruguai, que vão sendo apresentadas em uma cronologia, da mesma maneira, parte dos acontecimentos vão sendo relatados sem discriminar as fontes. No entanto, como se pode rastrear, *Sudestada*, cobre desde 2018 o caso, e, portanto, possui esses registros.

Quadro 17 – Origem da informação no conteúdo analisado de Sudestada

| DIRETAS | |
|---|---|
| Fontes Institucionais | Sergio Baffoni, membro da Environmental Paper Network |
| INDIRETAS | |
| Documentos impressos e eletrônicos | Carta aberta do diretor executivo da UPM, Jussi Posonen |
| | Resolução ministerial 690/19 |
| | Documento de sanção por descumprimento da RM 690/19 |

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A reportagem se estrutura em um texto principal e outro secundário. Aciona, como *recursos visuais/adicionais* quatro fotografias. Chama atenção o fato de as imagens não terem crédito. Além disso, há incorporado ao texto, o documento sobre o descumprimento da RM 690/19, prática recorrente em *Sudestada*. Há hiperlinks apenas para o compartilhamento das redes sociais digitais e, abaixo da reportagem, sugestão de conteúdos relacionados.

7.3 A forma textual do jornalismo independente

Essa tese vem estudando o fenômeno do jornalismo independente na América Latina, a partir de oito experiências, na sua processualidade nos territórios. É o conjunto dos momentos do circuito que dizem, ao final, qual é essa *forma*, entendida na sua integralidade (WILIAMS, 1979). Essa seção de fechamento de capítulo, portanto, olha especificamente para a forma textual do jornalismo independente, compreendida a partir da Análise de Conteúdo.

E nesse sentido é preciso destacar alguns aspectos. O primeiro deles diz respeito à composição das *homepages* que, se por um lado, lembram muito qualquer portal de notícias, por seus destaques e maneira como se estrutura, de outro, possuem uma área bastante própria, que se chamou na pré-análise de rodapé. Apesar de não ter adentrado no detalhe nessa área, todos os sites analisados a possuem. Nela, informações sobre a organização, sobre sua história, normalmente demarcando um lugar de fala desse jornalismo independente, que se coloca, discursivamente, como um outro, um diferente. Mais que isso, a maioria apresenta sua equipe, dá nome, mostra a fotografia e especifica uma ocupação dentro do funcionamento da organização.

Esse tipo de informação em geral não está disponível em outros sites noticiosos. Quando muito há informações sobre a empresa ou o grupo. Nos independentes, há ainda informações financeiras, em uma tentativa bastante clara de transparência. A transparência se mostra,

inclusive, como um valor normativo caro a esse jornalismo que vem se experimentando na América Latina. Para Kovach e Rosenstiel (2003), um jornalismo mais transparente prepara o cidadão para distinguir uma informação que seja, de fato, de interesse público, daquela elaborada a partir de interesses particulares.

Embora nem todos façam, por exemplo, como *La Silla Vacía*, que publica seus informes financeiros anuais, há, ao menos, informações mínimas sobre porcentagens de ingressos e instituições financiadores. A maioria deles também publica, nem sempre com esse nome, mas uma espécie de código de ética próprio, informando como se dão os protocolos, por exemplo, de correções ou mesmo do método de trabalho da equipe. Essa transparência também é encontrada nos conteúdos publicados que, por meio de hiperlinks, mostram para o leitor de onde veio tal informação e como ela é na íntegra, sem a mediação do jornalista. Observa-se que, na configuração da *forma* do jornalismo independente, o princípio da transparência é presente não só no *ethos*, mas também, em muitos casos, na prática desse jornalismo.

O termo jornalismo independente, como vem se repetindo ao longo da pesquisa, tem relação com todo um conjunto de características, na forma como se constitui ou opera, mas também remete a uma independência editorial. E essa independência editorial, como se viu nos Capítulos 4 e 5, principalmente, perpassa pela produção e publicação de conteúdos que tem como pauta o interesse público, tendo esse interesse público, nos territórios latino-americanos, relação com as particularidades e demandas desses territórios. Além disso, perpassaria também um *gênero* e *formato*, com um jornalismo mais voltado à investigação e aos conteúdos de fôlego.

O que se evidenciou com a análise de conteúdo foi que, de fato, como pregam, essas organizações, as temáticas relacionadas às fragilidades sociais e ambientais ganham destaque, demandas territoriais que vão se consolidando através dos tempos no espaço-vivido. A autonomia discursiva passa pela abordagem dessas temáticas e também no contraste da informação oficial com aquela que oferecem os sujeitos envolvidos nos assuntos cobertos. Mesmo a *La Silla Vacía*, que cobre o poder na Colômbia e afirma que a maioria das suas fontes são do poder público. Essas fontes estão inseridas no governo, por exemplo, podem ser integrantes do alto escalão, mas são consultadas enquanto testemunhas daqueles processos, e não como, de fato, porta vozes do poder. Outro aspecto é o uso recorrente de dados públicos, o que guarda relação com estar atento à transparência dos governos – e também uma tendência no jornalismo, de modo geral, o jornalismo de dados.

Além disso, é preciso reconhecer os hibridismos e intercâmbios entre gêneros e formatos, em um jornalismo em constante reconfiguração, o que se infere, tem mais relação aos

potenciais do webjornalismo, que deixam de ser apenas recursos, para se tornarem parte importante na constituição dessa *forma* textual. Destaca-se, também, uma vez mais, o protagonismo da colaboração. Ainda que os textos analisados em cada um dos sites sejam uma pequena parte do conjunto, e uma parte menor ainda quando se pensa na pluralidade de experiências de jornalismo independente na América Latina, chama atenção que, mesmo em textos selecionados de forma quase aleatória, tenha sido recorrente a presença desses projetos, ou da colaboração interna entre a equipe, e, ainda, do trabalho de colaboradores externos.

Vem-se reafirmando a presença de princípios de valores norteadores no jornalismo independente, filiados a uma matriz racional-iluminista, e ao investigar o momento do produto, além de reafirmar esses valores, tem-se o acionamento também de uma matriz popular no momento em que esse jornalismo adota uma abordagem que dá voz e angulação não ao lado do capital, mas sim do trabalho, do trabalhador, da vítima. Em outras palavras, observa-se um jornalismo que embora tenha como grandes valores o ideário da imprensa liberal (independência, vigilância dos poderes, direitos humanos, veracidade), tem o compromisso com a vida dos sujeitos de modo geral, especialmente dos que não têm tradicionalmente voz, ou têm pouca voz ou lugar, na sociedade ou junto aos poderes públicos.

Depois de passar pelos momentos da cultura, das condições de produção, produção e conteúdo, o próximo capítulo discute a circulação e parte do consumo do jornalismo independente na América Latina. Analisa-se como esse conteúdo chega ao consumidor dessas informações, pensando essa circulação e consumo por dentro do circuito da cultura.

8 ACESSOS, ORIGEM E INTERESSES: O CONSUMO DO JORNALISMO INDEPENDENTE

Hombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los ciudadanos — a dónde pertenezco y qué derechos me da, cómo puedo informarme, quién representa mis intereses — se contestan más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos. (CANCLINI, 1995).

O momento do consumo, ou leituras, como denomina Johnson (2010) em seu diagrama do circuito da cultura, é o último momento analítico dessa pesquisa e, portanto, o momento em que se fecha, de fato, o circuito. Importante lembrar que na perspectiva de Johnson (2010), assim como de demais autores dos Estudos Culturais, como Martín-Barbero (2003), a compreensão da produção cultural – e comunicacional – se dá na integralidade do processo e não apenas em sua produção. E, ainda, a partir desse entendimento, de que não há um início e um fim, mas de fato uma integralidade que se dá de maneira circular, com um momento interferindo e se relacionando com o outro.

Esse capítulo trata de identificar, a partir de dados primários e secundários, como se dá o consumo do jornalismo independente latino-americano, especialmente nas oito organizações que constituem o *corpus* dessa pesquisa, e conseqüentemente, sua circulação. E, enquanto um “circuito de circulação de formas subjetivas” (JOHNSON, 2010, p. 35), é preciso ter clareza, como destaca o autor, que os textos – ou produtos – não são lidos/consumidos apenas por analistas profissionais, mas pelo público geral, e que é na recepção em que de fato o sentido das mensagens se dá.

Não se trata, pois, de realizar um estudo de recepção com a apreensão dos sentidos pela audiência, mas sim de buscar compreender como se dá o consumo por essa audiência, bem como as possibilidades de interação entre ambos. Afinal, como ressalta Johnson (2010, p. 34),

Todas as nossas comunicações estão sujeitas a retornarem para nós em termos irreconhecíveis ou, ao menos, transformadas [...] Para compreender as transformações, pois, nós temos que compreender as condições específicas do consumo e da leitura. Estas incluem as simetrias de recursos e de poder – materiais e culturais. Também incluem os *ensembles* existentes de elementos culturais já ativos no interior de *milieux* sociais particulares (“culturas vividas”, no diagrama) e as relações sociais das quais essas combinações dependem. Esses reservatórios de discursos e significados constituem, por sua vez, material bruto para uma nova produção cultural.

Assim como ocorreu com os demais momentos, ao investigar o consumo do jornalismo independente se observa as interconexões com os demais momentos. Ao identificar, por exemplo, como se dá esse consumo, também se está voltando a como está composto o site, suas

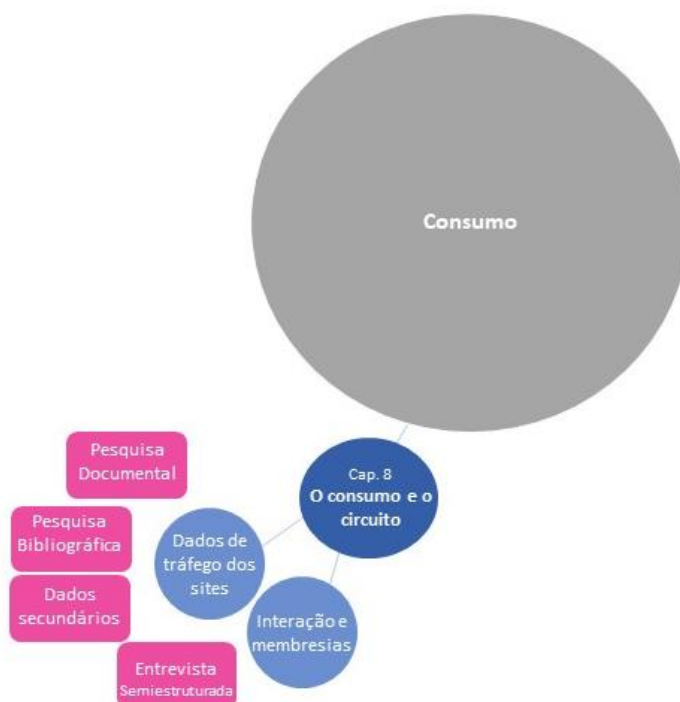
redes sociais e *newsletter*; ao se inferir sobre a interação entre as organizações e às audiências, volta-se, de alguma maneira, ao produto, no tocante à interatividade enquanto um potencial do webjornalismo, como visto, e também se volta à produção, à medida em que, como também se viu, a partir dessa relação surgem subsídios para a produção dos conteúdos.

Da mesma maneira, ao ter presente as condições de consumo, volta-se às culturas vividas e nelas às territorialidades latino-americanas, o que de fato faz o fechamento do circuito. Como lembra Johnson (2010), os materiais textuais são, em realidade, intertextuais – e isso independente do ambiente digital – e, portanto, as leituras são interdiscursivas. A forma subjetiva como esse conjunto de sentidos atua, é complexo e “tampouco podem as combinações ser preditas por meios formais ou lógicos” (JOHNSON, 2010, p. 88). Essas lógicas, continua o autor, advém de aspectos mais particulares, como a atividade estruturada da vida e seus lados objetivos e subjetivos, “suas localizações, suas históricas, seus interesses subjetivos, seus mundos privados” (JOHNSON, 2010, p. 88). Ou, em outras palavras, advém das culturas vividas e das relações sociais, intimamente relacionadas, como se trabalhou no Capítulo 3, com os territórios e territorialidades latino-americanas, com um determinado espaço-tempo-vivido.

Em um primeiro momento, a partir de uma teorização sobre o consumo a partir da perspectiva dos Estudos Culturais, busca-se caracterizar esse processo a partir de dados de acesso aos sites das organizações aqui estudadas. Isso é possível a partir de uma estimativa de tráfego da ferramenta *SimilarWeb*. Cabe ressaltar, contudo, que dos oito sites, dois deles, *Sudestada* e *Contra Corriente* não possuíam dados de acesso nessa ferramenta, por não haver informações suficientes para a realização das estimativas. As informações são referentes ao mês de outubro de 2020, e exclusivamente dos acessos feitos por *desktop*. Entende-se que, ainda que não se tenha tido acesso ao tráfego por *mobile* e entendendo a relevância que os dispositivos móveis tem ganhado no consumo online, tratam-se de dados secundários que possibilitam conhecer em parte o consumo desse jornalismo independente na América Latina.

Na sequência, entendendo a interação entre as audiências e os veículos de jornalismo independente como parte do processo de consumo, e retroalimentando, de alguma maneira, a própria produção jornalística, identifica-se as possibilidades de interação existentes, especialmente no tocante aos projetos de membresia (Figura 41).

Figura 41 – Esquema metodológico do Capítulo 8



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

8.1 Tráfego de acesso e preferências das audiências

A partir dos Estudos Culturais latino-americanos se tem o campo de investigação conhecido como *estudos de recepção*, de uma maneira ampla, sendo duas as principais abordagens: a do consumo cultural, de Canclini, e a dos usos sociais, de Martín-Barbero. Ainda que sejam perspectivas com diferenças entre si, os termos recepção e consumo frequentemente são utilizados como sinônimos entre os pesquisadores e indicam um conjunto de processos sociais de apropriação dos produtos (RONSINI, 2010). Jacks e Escosteguy (2005) complementam ao afirmar que os estudos de recepção, dentro dessa abordagem ampla, englobam investigações que tratem da relação dos meios com as audiências.

Para esse momento do circuito, ampara-se no conceito de consumo e, para tanto, faz-se necessário compreender a diferença entre as abordagens. Os usos sociais, da perspectiva de Martín-Barbero (2003), estão relacionados com o conceito de recepção. Para esse pesquisador, é a partir do que ele chama de consumo em que se atribui sentido e se dá o uso social dos objetos. Já Canclini (1995, p. 42-43), propôs uma teoria sociocultural do consumo, na qual o ato de consumir é entendido como um espaço em que há reflexão e reelaboração do sentido social, sendo o consumo “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la

apropiación y los usos de los productos”²⁴⁵. Nessa concepção, o consumo cultural vai além da recepção de um produto específico, com uma abordagem mais ampla, caracterizado pelo conjunto de processos que condicionam e atravessam a recepção.

O consumo midiático, por sua vez, é uma vertente do consumo cultural, uma especificidade. Para Toaldo e Jacks (2013), são estudos da relação dos meios com as audiências, enquanto a recepção foca nas mensagens, no detalhamento de aspectos do fenômeno midiático no que diz respeito aos seus conteúdos. Ronsini (2007) também auxilia nessa diferenciação. Para a autora, a recepção busca identificar como determinada mensagem midiática é decodificada, compreendida e vivenciada, já o consumo midiático não está preocupado com a apropriação dos sentidos, mas sim pela experiência do receptor no seu cotidiano.

Schmitz (2015, p. 266) ao investigar a aplicação do termo consumo midiático, entre outros, à luz dos Estudos Culturais latino-americanos, a partir do uso em pesquisas no Brasil, compreende que a terminologia consumo midiático “esteja focada nos processos (como, quando, onde) em que se consome e principalmente no que é consumido (material e simbolicamente)”. São esses os aspectos que se busca identificar nesse capítulo.

Diante dessa breve teorização sobre consumo e dos dados que se pode acessar, identifica-se o tamanho da audiência consumidora e seu engajamento com os sites, de onde se dá esse consumo, ou seja, os países de origem, como esse conteúdo é consumido é analisado a partir das informações sobre a origem do tráfego e, por fim, os interesses desses consumidores, a partir de temáticas e outros sites de interesse. Cabe pontuar, já de início, que enquanto um jornalismo nativo digital, com circulação na internet, o conteúdo do jornalismo independente não está acessível a todos. Como se viu no Capítulo 5, em 2019, 68,9% dos latino-americanos tinham acesso à internet, deixando de fora da parcela de potenciais consumidores mais de 30% dos sujeitos.

Os dados secundários utilizados aqui foram coletados junto a ferramenta *SimilarWeb* e são referentes ao mês de outubro de 2020, a partir do tráfego de *desktops* e são apresentados e analisados na sequência por indicadores, a começar pela visão geral do tráfego (Quadro 18). Cabe esclarecer que, como destaca a ferramenta, são dados estimados, mas que ainda assim são úteis para conhecer o consumo nesses sites. Outro aspecto a considerar é que no caso de *Nómada*, o site encerrou as atividades em 15 de outubro de 2020 e não teve novas atualizações no restante do mês. Outra particularidade é em relação à *Agência Pública* que enquanto uma

²⁴⁵ “É o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos processos” (CANCLINI, 1995, p. 42-43, tradução nossa).

agência de reportagens tem seu conteúdo republicado em outros portais de notícias e trabalha, inclusive, para isso.

Quadro 18 – Visão geral de tráfego nos sites

| Visão Geral/ Organizações | Total de visitas no mês | Duração média de visitas | Páginas por visita | Taxa de rejeição |
|------------------------------|----------------------------|-----------------------------|--------------------|------------------|
| Agência Pública | 347,84 mil | 00:01:20 | 1,38 | 79,10% |
| Animal Político | 2,84 milhões | 00:01:13 | 1,41 | 80,01% |
| Chequeado | 1,28 milhões | 00:01:16 | 1,55 | 79,19% |
| GK.city | 166,49 mil | 00:02:29 | 5,24 | 68,55% |
| La Silla Vacía | 748,32 mil | 00:02:00 | 1,75 | 62,45% |
| Nómada | 422,25 mil | 00:01:08 | 1,24 | 78,38% |

Fonte: SimilarWeb.

O objetivo com essa visão geral do tráfego nos sites não é fazer comparação entre um e outro, necessariamente, pois não se trata de inferir qualidade, mas sim de conhecer o consumo. Barragán (2018) em sua pesquisa com 50 nativos digitais na América Latina, identificou que a média de usuários únicos por mês é em torno de 335 mil. As informações no Quadro 18 referentes ao total de visitas dizem respeito ao número total de acessos da página no período de tempo delimitado – outubro de 2020. Chama-se atenção para os números que se destacam no quadro, de *Animal Político* e *Chequeado*, que possuem um total que ultrapassa em milhão. É preciso considerar alguns aspectos nesse sentido. Um deles é a especificidade do conteúdo de *Chequeado* e sua importância enquanto referência em *fact-checking* na América Latina, o que pode contribuir para esse número. Da mesma forma o conteúdo de *Animal Político* que, como se viu no capítulo anterior, é a organização, entre as analisadas, que mais produz notícias e textos sobre atualidades, possuindo, assim, uma dinâmica de atualização mais acelerada que os demais.

Chama atenção a duração média das visitas, não ultrapassando os dois minutos e meio. Como se viu ao analisar o conteúdo do jornalismo independente dessas organizações, o gênero e o formato são diversos, mas também é recorrente a reportagem em profundidade que, de maneira geral, são textos mais longos e demandam um tempo maior de leitura. Já os dados referentes às páginas por visita e à taxa de rejeição estão relacionados. Isso porque a taxa de

rejeição indica o percentual de audiência que acessa o site, mas não navega por ele. Por exemplo, no caso de *La Silla Vacía*, que tem a menor taxa de rejeição entre os analisados, uma média de 62 pessoas, a cada 100, acessam a *homepage*, mas não abrem nenhum conteúdo. Logo, isso está relacionado às páginas acessadas por visita (1,75, no caso de *La Silla Vacía*).

Outro dado que integra a visão geral do tráfego é referente ao país de origem dos acessos (Quadro 19). Destaca-se o fato de o jornalismo independente desses sites ser consumido, principalmente, nos territórios latino-americanos e também pelos norte-americanos, com a exceção da *Agência Pública*, que possui ainda no seu top 5 de países consumidores Portugal, e *La Silla Vacía* por Alemanha e Itália, e *Nómada* com a Espanha. Infere-se que haja uma relação cultural nesse consumo, por outros países, algumas vezes pelo idioma, outras por aproximações de ordem histórica ou geográfica.

Quadro 19 – Top 5: origem do tráfego por país

| | Agência Pública | Animal Político | Chequeado | GK.city | La Silla Vacía | Nómada |
|----|------------------------|------------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1º | Brasil (96,71%) | México (83,56%) | Argentina (58,34%) | Equador (78%) | Colômbia (82,65%) | Guatemala (67,27%) |
| 2º | EUA (1,65%) | EUA (4,08%) | México (15,79%) | Colômbia (5,41%) | EUA (6,75%) | México (10,64%) |
| 3º | Portugal (0,55%) | Colômbia (2,32%) | Colômbia (7,41%) | México (3,45%) | México (2,19%) | EUA (4,20%) |
| 4º | Uruguai (0,15%) | Argentina (1,78%) | Peru (4,21%) | Argentina (2,80%) | Alemanha (1,87%) | Colômbia (3%) |
| 5º | Guatemala (0,13%) | Peru (1,66%) | Chile (2,27%) | Peru (2,37%) | Itália (1,21%) | Espanha (2,07%) |

Fonte: SimilarWeb.

Compreender a origem do consumo nesses sites necessita um entendimento mais largo sobre o papel que as redes sociais digitais têm desempenhado na distribuição e circulação de informação. Nos últimos 20 anos o jornalismo passou por pelo menos três mudanças significativas no que diz respeito à circulação do seu conteúdo: a transição do analógico para o digital, a ascensão das redes sociais digitais e o crescimento do uso dos dispositivos móveis (BELL; OWEN, 2017). Para esses pesquisadores da *Tow Center for Digital Journalism*, na contemporaneidade, redes sociais digitais como *Facebook* e *Twitter* passaram a controlar as audiências e seu consumo, deixando de serem apenas distribuidores de conteúdo e forçando as organizações jornalísticas a repensarem seus formatos. De acordo com dados do relatório *Digital in 2019*, em 2019 o *Facebook* possuía 2,271 milhões de usuários no mundo, enquanto o *Twitter* 326 milhões de usuários.

No alcance das audiências, o *Facebook* se destaca: “*Facebook* operates at a scale hitherto unseen. No publisher in the history of journalism has enjoyed the same kind of influence over the news consumption of the world”²⁴⁶ (BELL; OWEN, 2017, online). Além dessa possibilidade de maior alcance, essas plataformas também tem realizado uma curadoria de conteúdos, a medida em que determinam, por meio de seus algoritmos o que chega até o *feed* de seus usuários.

Dessa maneira, as redes sociais digitais têm sido vistas como uma possibilidade para as organizações jornalísticas ampliarem suas audiências. No entanto, como ressaltam Bell e Owen (2017), essa tarefa é dificultada pela pouca transparência sobre o funcionamento de seus algoritmos. Nesse contexto, é preciso lembrar que uma atualização na política do *Facebook* em janeiro de 2018 passou a dificultar que conteúdos, incluindo os jornalísticos, chegassem ao *feed* de seus usuários de forma orgânica, priorizando as publicações de amigos e familiares. Essa alteração fez com que, no Brasil, por exemplo, a *Folha de São Paulo*, um dos principais jornais do país, deixassem de atualizar sua conta nessa rede social digital em função da diminuição de visibilidade.

Essa alteração no funcionamento da distribuição de informações no *Facebook* também contribui para as chamadas bolhas informativas, uma vez que o usuário cada vez mais tem contato com o conteúdo com o qual possui afinidades. As bolhas informativas, a desinformação e a pós-verdade são outros elementos integrantes do consumo de informação na internet.

Diante desse contexto de transformações e de destaque para a distribuição de conteúdo por meio das redes sociais digitais, os dados sobre origem do tráfego dos sites analisados auxiliam na identificação de suas audiências, como mostra o Quadro 20. E aqui é necessária uma ressalva: como dito anteriormente os dados da *SimilarWeb* são referentes aos acessos por meio de *desktop*. Assim, é possível que os dados referentes aos acessos por meio de dispositivos móveis, pelas especificidades do uso, sejam diferentes. Cabe ter em conta que, *La Silla Vacía*, por exemplo, quando iniciou em 2010 tinha 1,64% de seu tráfego por dispositivos móveis e, em 2019, esse número chegou a 75,59%²⁴⁷.

²⁴⁶ “O Facebook opera em uma escala nunca vista. Nenhuma editora na história do jornalismo teve o mesmo tipo de influência sobre o consumo de notícias do mundo”. (BELL; OWEN, 2017, online, tradução nossa).

²⁴⁷ Informações relatadas pela fundadora de *La Silla Vacía* em encontro com Superamigos em 2020. Vídeo disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=g8ccLxJd4CE&feature=emb_logo

Quadro 20 – Origem dos acessos

| Organizações/ Origem | Agência Pública | Animal Político | Chequeado | GK.city | La Silla Vacía | Nómada |
|-------------------------|--------------------|--------------------|-----------|---------|-------------------|--------|
| Direto | 38,94% | 20,53% | 21,89% | 25,61% | 54,56% | 31,31% |
| Referências | 3,61% | 1,41% | 1,29% | 1,07% | 0,60% | 1,21% |
| Pesquisar | 37,53% | 64,13% | 68,16% | 64,24% | 34,34% | 55,02% |
| Social | 14,90% | 13,79% | 8,6% | 9,07% | 9,45% | 11,47% |
| E-mail | 5,03% | 0,11% | 0,06% | 0,01% | 1,04% | 0,98% |
| Exibição | - | 0,04% | - | - | - | - |

Fonte: SimilarWeb.

O primeiro aspecto a se destacar diz respeito ao percentual de tráfego desses sites que tem origem nas redes sociais – demarcado pelo indicador “social” no Quadro 20. Chama atenção, diante da discussão feita anteriormente e da relevância das redes sociais digitais como fonte de informação no cotidiano da sociedade os baixos percentuais. Entre os latino-americanos, mais de 70% afirmam utilizar pelo menos uma rede social (LATINOBARÓMETRO, 2018). Diferente do que se poderia imaginar, nos casos analisados, em nenhum site esse percentual foi superior a 15% nos acessos feitos por desktop. Da mesma maneira, o indicador “e-mail” chama atenção, sendo os 5% da *Agência Pública* uma exceção diante dos outros, que não ultrapassa 1%. Esse indicador faz referência às *newsletters* que, como se viu no capítulo anterior, é uma estratégia bastante utilizada por essas organizações.

Há, pelo menos, três leituras que se pode fazer. Uma delas é que esses índices sejam baixos por tratarem exclusivamente do tráfego por *desktop*. As outras duas são mais prováveis, considerando o que diz a literatura e também os outros indicadores do Quadro 20. É possível que parte dos consumidores dos conteúdos jornalísticos dessas organizações, utilizem a curadoria das *newsletter* ou mesmo das redes sociais digitais, para se manterem informados. Ou seja, consomem a informação sintetizada e não chegam a acessar os sites para o conteúdo completo. O mesmo no caso das redes sociais digitais que, como se viu na pré-análise dos produtos, adotam como estratégia a publicação de links com um pequeno parágrafo sobre o que se trata o texto, ou, ainda, um conteúdo elaborado especificamente para essas redes, como também fazem algumas das experiências estudadas, publicando o conteúdo do site em um formato específico para essas plataformas, não gerando o engajamento para seus conteúdos completos nos sites. Essa é uma possibilidade válida visto que, só no Brasil, conforme pesquisa do DataSenado de 2019, 79% diz se informar sempre pelo *Whatsapp*, e 44% afirma que sempre se informa pelo *Facebook* – o que não necessariamente significa que cliquem nos links disponibilizados nessas redes sociais digitais.

Sobre esse assunto, a fundadora e diretora de *La Silla Vacía* comentou em um encontro com um grupo de leitores no início de 2020²⁴⁸, sobre as estratégias da organização nas redes sociais digitais a partir daquele ano. Até então, o conteúdo era todo produzido para o site e as plataformas sociais eram utilizadas para a distribuição. “Pero ya llegamos a conclusión que así la gente no se comporta. [...] Y que esa ilusión que teníamos de que los íbanos a traer a la página, realmente no es así. Entonces, hemos decidido ahora comenzar a producir informaciones para las redes sociales”²⁴⁹. Em outras palavras, a estratégia produtiva de *La Silla Vacía* deixa de voltar-se exclusivamente para o site e passa a produzir também, em um formato distinto, para as redes sociais digitais. Nesse caso, uma mesma reportagem publicada no site, no *Instagram*, por exemplo, é sintetizada em uma postagem de várias imagens – chamado de post carrossel²⁵⁰ – com uma linguagem própria, como ilustra a Figura 42²⁵¹.

²⁴⁸ https://www.youtube.com/watch?v=g8ccLxJd4CE&feature=emb_logo

²⁴⁹ “Mas já chegamos à conclusão que não assim que as pessoas se comportam. [...] E que essa ilusão que tínhamos de que íamos trazer as pessoas para a página, realmente não é assim. Então, decidimos agora começar a produzir informações para as redes sociais”. (tradução nossa).

²⁵⁰ Trata-se de uma única postagem, no Instaram, que pode agrupar até 10 imagens ou vídeos.

²⁵¹ No site de *La Silla Vacía*, a reportagem teve o mesmo título, e pode ser acessada em: <https://lasillavacia.com/camino-uribe-2022-no-icluye-duque-79188>

Figura 42 – Conteúdo de La Silla Vacía pensado para as redes sociais digitais



Fonte: Perfil no Instagram de La Silla Vacía (2020).

A terceira interpretação, sobre o percentual de acesso aos sites a partir das redes sociais digitais, é reforçada pelos indicadores “direto” e “pesquisar”, que juntos correspondem aos maiores percentuais. “Direto” contabiliza os acessos em que o usuário digita o link na barra do navegador, e “pesquisar” soma o tráfego direcionado de pesquisas em buscadores como o *Google*. De acordo com a *SimilarWeb*, todo o tráfego de pesquisa foi gerado de forma orgânica e não paga. A ferramenta também indica os cinco termos mais buscados que levam os consumidores a esses sites e, em sua maioria, são os próprios nomes das organizações, ou suas variações (por exemplo, animal político e animal politico, sem acento). O consumidor desse jornalismo independente pode ser seletivo, em decorrência do conteúdo segmentado, mas esses dados também indicam que se trata de um público cativo, que sabe da existência dessas

organizações como fonte de informação e a conhece a ponto de saber seu link ou pesquisá-la nos buscadores.

Dentro do percentual de tráfego originado nas redes sociais digitais, o Quadro 21 apresenta as cinco plataformas que mais redirecionam para os sites estudados. Observa-se que *Facebook* e *Twitter* são as principais na distribuição do conteúdo dessas experiências de jornalismo independente. Na América Latina, em 2018, as redes sociais digitais mais utilizadas foram *Whatsapp* e *Facebook*, sendo que 64% utilizam a primeira e 60% a segunda, de acordo com dados do Latinobarómetro (2018). Na sequência, estão *Youtube* (36%), *Instagram* (23%) e *Twitter* (12%). O *Twitter*, uma das que mais direciona tráfego para os sites estudados, é uma das menos usadas na região, menos ainda no Brasil, que só fica à frente da Nicarágua em percentual de usuários.

No Quadro 21, o site que recebe mais tráfego por meio do *Twitter* é o *Animal Político*. Cabe lembrar que esse projeto mexicano iniciou, de fato, nessa rede social digital, onde esteve, exclusivamente, por um ano, antes de iniciar sua produção de textos jornalísticos. E isso, de acordo com sua editora geral (2020), foi essencial para que se criasse uma comunidade de leitores e se conhecesse as necessidades desses consumidores. Essa prévia aproximação com a audiência, consolidando a marca e a credibilidade, certamente auxiliou a organização no estabelecimento de vínculos com a audiência, o que é apontado pelos autores, no Capítulo 5, como um dos elementos para a crise do modelo tradicional de jornalismo.

Quadro 21 – Top 5: acessos a partir das redes sociais

| | Agência Pública | Animal Político | Chequeado | GK.city | La Silla Vacía | Nómada |
|----|------------------------|------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|
| 1º | Twitter (46,41%) | Twitter (54,39%) | Facebook (46,11%) | Facebook (52,19%) | Twitter (47,24%) | Facebook (50,25%) |
| 2º | Facebook (27,84%) | Facebook (46,62%) | Twitter (44,82%) | Twitter (31,72%) | Facebook (45,77%) | Twitter (45,87%) |
| 3º | Reddit (18,49%) | Reddit (2,22%) | Youtube (6,02%) | Instagram (9,22%) | Youtube (4,10%) | Whatsapp (2,11%) |
| 4º | Youtube (5,44%) | Youtube (0,43%) | Reddit (1,77%) | Youtube (3,44%) | Linkedin (2,03%) | Reddit (1,42%) |
| 5º | Quora (0,93%) | Telegram (0,16%) | Linkedin (0,66%) | Linkedin (3,44%) | Whatsapp (0,70%) | Youtube (0,35%) |

Fonte: SimilarWeb.

Os dados coletados a partir da *SimilarWeb* possibilitam que se conheça sobre os interesses desses consumidores a partir de dois indicadores: as categorias de interesse desse público ao navegar pela internet e também os seus cinco principais sites de interesse (Quadros 22 e 23). Em relação às categorias do Quadro 22, *notícias e mídia* agrupa um conjunto de sites

que, como o próprio nome sugere, dizem respeito a publicação de conteúdo informativo, como portais de notícias, sites de jornais e revistas, etc. Já *computadores, eletrônicos e tecnologia*, agrupa sites variados, desde aqueles que publicam conteúdo sobre tecnologia, como por exemplo o *TechTudo*, no Brasil, até serviços de *webmail*, páginas para vídeo conferências e sistemas de gestão de conteúdo como o *Wordpress*. *E-commerce*, a própria categoria já explícita, *ciência e educação* contempla sites de universidades, plataformas de cursos e de conteúdos educativos e científicos, e *materiais de referência/dicionários e enciclopédias* se confunde um pouco com a última, pois, no agrupamento proposto pela *SimilarWeb*, entram páginas como a *SciELO* – que poderia estar em qualquer uma das duas, e a própria *Wikipédia*. *Leis e governo*, corresponde ao conjunto de sites do setor público, enquanto *programação e desenvolvimento de software* reúne as páginas referentes a aplicativos e softwares, como *Microsoft*, *Office* e *Telegram*, e *planejamento financeiro e gestão* diz respeito a pagamentos online e serviços bancários e de transferências financeiras online. Aparece, ainda, a categorias de redes sociais e comunidade online, que além disso, inclui sites e aplicativos de mensagens instantâneas.

Quadro 22 – Categorias de interesse

| | Agência Pública | Animal Político | Chequeado | GK.city | La Silla Vacía | Nómada |
|----|--|--|--|--|--|------------------------------------|
| 1º | Notícias e mídia | Notícias e mídia | Notícias e mídia | Notícias e mídia | Notícias e mídia | Notícias e mídia |
| 2º | Computadores, eletrônicos e tecnologia | Computadores, eletrônicos e tecnologia | Planejamento financeiro e gestão | Ciência e educação | Leis e governo | Redes sociais e comunidades online |
| 3º | E-commerce | Ciência e educação | Leis e governo | Programação e Des. de software | Ciência e educação | Ciência e educação |
| 4º | Ciências e educação | Leis e governo | Computadores, eletrônicos e tecnologia | Redes sociais e comunidades online | Computadores, eletrônicos e tecnologia | Leis e governo |
| 5º | Materiais de referências/dicionários e enciclopédias | Programação e Des. de software | Programação e Des. de software | Computadores, eletrônicos e tecnologia | Programação e Des. de software | Programação e Des. de software |

Fonte: SimilarWeb.

As informações sobre as categorias de preferências, aliadas aos sites que são frequentemente visitados por esses consumidores, permitem inferir que se trata de um público mais intelectualizado, interessado em adquirir conhecimento, e certamente interessado em conteúdos noticiosos, que navega com facilidade pelos serviços disponíveis na internet, com os quais provavelmente tem familiaridade. Além disso, nos sites descritos no Quadro 23,

majoritariamente jornalísticos, com exceção do *Twitter*, observa-se a predominância do jornalismo tradicional e de alguns sites de jornalismo independente. A predominância do jornalismo tradicional indica a credibilidade e capilaridade que esses veículos ainda possuem entre a audiência, e também evidencia, de maneira geral, uma não-preocupação em buscar conteúdos contra-hegemônicos, nos veículos alternativos. No caso dos consumidores da *Agência Pública*, no entanto, há dois independentes – *The Intercept Brasil* e *Nexo Jornal* –, a *Revista Fórum*, que estaria em um espectro mais alternativo, e *El País Brasil* e *Revista Piauí* que, mesmo pertencendo a grupos midiáticos tradicionais, parecem ter uma linha editorial que se aproxima mais à dos independentes. Outros independentes que aparecem na lista são *Las 2 Orillas* e *Soy 502*.

Quadro 23 – Sites frequentemente visitados pelos usuários

| Agência Pública | Animal Político | Chequeado | GK.city | La Silla Vacía | Nómada |
|------------------------|------------------------|------------------|----------------|-----------------------|---------------|
| The Intercept Brasil | El Universal | Infobae | Primicias | El Espectador | Prensa Libre |
| El País Brasil | Infobae | Página 12 | El Comercio | Semana | El Periódico |
| Revista Piauí | Milenio | Perfil | El Universo | Las 2 orillas | Soy 502 |
| Nexo Jornal | La Jornada | BBC | El Telégrafo | El Tiempo | La Hora |
| Revista Fórum | El Financiero | Télam | La Hora | Twitter | Twitter |

Fonte: SimilarWeb.

O editor geral e a jornalista de *La Silla Vacía* (2019) reforçam esse entendimento acerca do perfil do público consumidor do jornalismo independente, ainda que se refiram exclusivamente aos leitores do site colombiano. A jornalista destaca os líderes de opinião e o editor geral acrescenta: “gente, em general, educada, o con aspiración de educarse”. Além disso, ambos registram que *La Silla Vacía* busca se aproximar do público mais jovem, e tem como estratégia para isso o uso das redes sociais digitais. No início, o site era lido por um público mais jovem e, em 2019, os consumidores com 25 anos era bastante reduzido. No entanto, a organização, em 2019, completou 10 anos e, conseqüentemente, seus leitores do princípio já estão em outra faixa etária.

No documento em que apresenta sua estratégia de 2020 a 2013, *La Silla Vacía* identifica seus leitores em quatro grupos, ou comunidades: líderes (políticos, empresários, jornalistas e colunistas, escritores, artistas e especialistas), acadêmicos (reitores, professores, pesquisadores,

cientistas, pensadores), civis (líderes sociais, filantropos, funcionários públicos, eleitores²⁵², novas cidadanias, sindicalistas), e jovens (ativistas, estudantes críticos de escolas e universidades, líderes estudantis, empreendedores). De fato, pelo que se pode inferir pelos interesses dos consumidores dos sites analisados, esse perfil parece ser bastante semelhante em todos eles, ainda que, evidentemente, cada um tenha sua especificidade em decorrência do segmento que investiga.

A *Agência Pública*, no entanto, possui uma particularidade em relação ao consumo. Enquanto uma agência de reportagens, desde o início o projeto dessa organização era o de produzir reportagens investigativas para serem republicadas por outros veículos de comunicação. Uma das fundadoras e codiretora da *Agência Pública*, chegou a dizer em entrevista para o Observatório da Imprensa²⁵³, em 2012, que a organização não possuía um público-alvo, já que sua produção era a de uma agência, e também via nisso um risco de produzir para o interesse de um público específico, e não para o interesse público, como sempre foi a proposta do projeto.

Fato é que o consumo do conteúdo da *Agência Pública* não se restringi aos visitantes de seu site ou redes sociais digitais, ele se multiplica a medida em que suas reportagens são republicadas por outras organizações jornalísticas, sejam elas tradicionais, independentes ou alternativas, sejam elas impressas, online, televisivas ou sonoras. Só em 2019, foram cerca de mil republicadores no Brasil e no exterior, sendo que cada reportagem foi republicada, em média, 18 vezes, e a série de reportagens, por exemplo, da proximidade entre o FBI e a operação Lava-Jato²⁵⁴, tiveram mais de 200 republicações. Em seu site há diretrizes com as normas exigidas para a republicação, como por exemplo, ser proibido editar os textos e a exigência de que seja mantido o nome da Agência Pública e dos jornalistas responsáveis pela investigação. Também são mencionados seus principais republicadores, onde estão a *Agência Radioweb*, *Aljazeera*, *Congresso em Foco*, *El País Brasil*, *Exame*, *Huffpost*, *GGN*, *Valor Econômico*, *UOL* e *The Guardian*.

Na prática, é como se a *Agência Pública* tivesse dois grandes grupos de consumidores: seus próprios leitores e seus republicadores. A cofundadora e codiretora da organização (2019) em entrevista para essa tese, explicou que esse entendimento de dois públicos foi bastante pensado entre ela e a outra cofundadora da agência, durante os primeiros oito anos de existência,

²⁵² Na Colômbia o voto não é obrigatório.

²⁵³ <<https://memoria.ebc.com.br/noticias/brasil/galeria/videos/2012/10/observatorio-da-imprensa-entrevista-a-jornalista-natalia>>.

²⁵⁴ https://apublica.org/2020/07/o-fbi-e-a-lava-jato/?mc_cid=cb1d30607e&mc_eid=825993cf13

pois a dinâmica de produção de um site com leitores próprios, seria diferente da produção de uma agência. A opção de trabalhar como uma agência tem suas vantagens, inclusive. Quando houve, por exemplo, a mudança de algoritmo no Facebook, que influenciou na distribuição de conteúdos noticiosos, a *Agência Pública* foi pouco ou nada afetada, uma vez que conta com uma outra rede de distribuição que são os republicadores.

Até 2019 se observava que as campanhas de crowdfunding focavam na produção de um jornalismo investigativo e independente e, a partir daquele ano as campanhas da *Agência Pública* passaram a conversar mais diretamente com o leitor, o seu próprio leitor. Há um vídeo que é bastante ilustrativo dessa virada, publicado pela organização em 27 de agosto de 2020, intitulado “Quem lê a Pública viu primeiro”²⁵⁵ em que vão sendo exibidas pautas em diferentes veículos, com data de vinculação e, na sequência, a mesma pauta investigada pela *Agência Pública* e publicada em data anterior, exemplificando a capilaridade de distribuição entre outros veículos e também buscando chamar o leitor para seu próprio site. Entre as mudanças que essa virada de perspectiva gerou está a adição de uma editora de audiências. Esse acréscimo na equipe, e na estratégia da agência, guarda muita relação também com o projeto Aliados, de membresia, outra ação relacionada ao consumo, mais especificamente na relação do consumidor com a organização, como se aborda na próxima seção.

8.2 Comunidades de leitores: as memberships como estratégias

A perspectiva do consumo, a partir dos Estudos Culturais, é bastante ampla, e inclui a relação entre as organizações produtoras de conteúdo jornalístico e seus consumidores. Compreender esse processo, nada mais é do que entender como se dá a interatividade entre ambos, e essa é justamente uma das potencialidades do webjornalismo (CANAVILHAS et al, 2014). Quando se pensa em interatividade e a possibilidade de diálogo entre os sites jornalísticos, por exemplo, e sua audiência, considera-se os canais mais recorrentes, como formulários de contato com a redação, um endereço de e-mail, a possibilidade de comentar os conteúdos dos sites e também a interação por meio das redes sociais digitais. Essas, inclusive, têm por objetivo fomentar, de fato, a conversão entre os indivíduos e jornalistas e organizações tem se apropriado dessas ferramentas de interação social com intuito de se aproximarem das audiências e de criar espaços de conversação.

²⁵⁵ https://www.youtube.com/watch?v=_gvUEJjix5Y

Essa relação entre audiências e organizações jornalísticas não é nova, ela está presente, ainda que com outras proporções, no jornal impresso, primeiro com as cartas, depois com os e-mails e agora mensagens de *Whatsapp*. No rádio e na televisão, essa interação é ainda mais evidente. Evidentemente que com a convergência e o potencial da internet essa interatividade ganha outros contornos, principalmente com as redes sociais. No entanto, a estratégia do jornalismo independente parece ir além, na busca de valorizar essa interação com seus consumidores de maneira a ser, de fato, uma conversação, e não apenas uma comunicação verticalizada, em que a audiência comenta algo e o suposto diálogo termina aí.

Cientes da importância de criar uma comunidade de leitores fieis, as organizações de jornalismo independente buscam estratégias para estabelecer, de fato, um diálogo, e fazer com que seu consumidor não apenas se sinta parte do processo, mas que de fato o seja. Uma importante estratégia adotada pelas organizações de jornalismo independente tem sido as *membresias* que, além disso, também geram ingressos financeiros. O caso de *Animal Político* que inicia no *Twitter* criando essa comunidade é ilustrativo. Também é ilustrativa a experiência do editor geral de *La Silla Vacía* que, antes de integrar a equipe da organização, fazia parte da comunidade de leitores. Ele conheceu a *La Silla Vacía* no *Facebook*, ainda nos seus primeiros meses, se tornou um consumidor e, naquele momento, um comentador dos conteúdos da organização. Criou-se o que o editor geral chama de uma pequena comunidade de comentaristas de *La Silla Vacía*, da qual ele fazia parte. Meses depois foi contatado para conversar com a fundadora e diretora da organização, para ouvi-lo enquanto parte da audiência, e isso resultou em uma espécie de estágio junto a *La Silla Vacía*, por cerca de três meses, o que acabou se tornando um contrato de trabalho.

A estratégia que vem ganhando espaço entre as organizações de jornalismo independente é a da *membresia*. Trata-se de uma aposta dessas organizações que diz respeito ao financiamento do seu jornalismo, uma vez que as *membresias* reúnem dois elementos importantes: fonte de ingresso financeiro e aproximação com o consumidor. Avança-se, assim, de modelos de assinaturas, em que o leitor é induzido a pagar um valor para ter acesso a determinados conteúdos, a um modelo de participação, em que ao fazer doações de pequenos valores mensais, de maneira sistemática, esse consumidor se torna parte da organização, um membro. Goligoski e Thompson (2020, p. 4), explicam:

Membership isn't just "subscription by another name" (though it's often referenced that way), or about giving consumers access to a product. It's participation in a larger cause that reflects what they want to see in civil society. In membership, there's a different "social contract" or "value proposition" between the site and its members. At the basic level of: What do you give? What do you get? Subscribers pay their

money and get access to a product. But members join the cause and participate because they believe in it.²⁵⁶

É possível que a membresia mais reconhecida, e de maior êxito, entre as organizações de jornalismo independente seja a do *eldiario.es – periodismo apesar de todo*²⁵⁷, da Espanha. Fundada em 2012, essa organização conquistou mais de dez milhões de usuários únicos e uma comunidade fiel de leitores a ponto de contar, em 2018, com 56 mil membros doadores. Esses membros são chamados de parceiros por *eldiario.es*, que doam a partir de oito euros mensais. A estratégia para essa membresia, que se repete em outras organizações, é conquistar a doação de seus leitores o convidando para ser membro da comunidade, com uma série de benefícios, e com o discurso de defesa da informação plural e independente. As informações do site de *eldiario.es* evidenciam isso: “los socios de eldiario.es pagan para defender la independencia de este medio, para que nadie pueda amenazarnos y para que nuestras noticias tengan impacto real. No pagan para leer la información, pagan para que la información se difunda”²⁵⁸.

Além de produtos, descontos e ingressos, o mais importante nessas membresias são as possibilidades desses consumidores se tornarem, de fatos membros. No caso de *eldiario.es*, esses membros recebem os conteúdos com antecedência, tem seus comentários destacados e participam de encontros promovidos pela organização com os demais membros. Isso gera um sentimento de pertencimento nesses consumidores, um senso de comunidade que, como destacou a fundadora e editora de *La Silla Vacía* em entrevista em 2018, os jornalistas estabeleçam uma relação pessoal e respeitosa com a audiência, fazendo com essa comunidade corresponda ao que ela chamou de grande fortaleza, de maneira que estão lá para sugestões, críticas e também para defender a organização de possíveis ataques contra a liberdade de imprensa.

Das oito organizações estudadas, não se identificou nenhuma campanha de membresia na experiência hondurenha, *Contra Corriente*. Os leitores que passam a integrar essas comunidades são nominados de aliados (*Agência Pública* e *Sudestada*), membros (*GK.city*), checadores (*Chequeado*), superamigos (*La Silla Vacía*) e apoiadores (*Nómada*). De uma

²⁵⁶ “A associação não é apenas “assinatura por outro nome” (embora seja frequentemente referenciada dessa maneira) nem se trata de fornecer acesso a um produto aos consumidores. É a participação em uma causa maior que reflete o que eles querem ver na sociedade civil. Na associação, há um “contrato social” ou uma “oferta de valor” diferente entre o site e seus membros. No nível básico de: O que você dá? O que você ganha? Assinantes dão seu dinheiro e obtêm acesso a um produto. Mas membros se unem à causa e participam porque acreditam nela”. (GOLIGOSKI; THOMPSON, 2020, p. 4).

²⁵⁷ <https://www.eldiario.es/>

²⁵⁸ “Os sócios de eldiario.es pagam para defender a independência desse meio, para que ninguém possa nos ameaçar e para que nossas notícias tenham impacto real. Não pagam para ler a informação, pagam para que a informação seja difundida” (ELDIARIO.ES, 2020, tradução nossa).

maneira geral, as campanhas desenvolvidas por essas organizações a fim de fidelizar seus leitores e torná-los membros desses programas segue uma mesma linha e benefícios muito semelhantes, como acesso ao conteúdo com prioridade, *newsletters* exclusivas e canais diretos de comunicação com as equipes. O convite é para ser parte do projeto, e com a colaboração financeira mensal ajudar a defender o jornalismo independente, plural e transparente, como mostram os trechos abaixo.

[...] investigamos a fundo e entregamos informação de qualidade – arma essencial na luta contra o autoritarismo. [...] Doando a partir de R\$10 por mês você financia o jornalismo sério e corajoso, que qualifica o debate público e combate a barbárie. (AGÊNCIA PÚBLICA).

Súmame a la Familia Animal y sé parte del equipo que así como hace periodismo que investiga la corrupción, denuncia la ineficiencia y exige rendición de cuentas; te cuenta historias divertidas, útiles y comparte contigo las mejores experiencias culturales y deliciosas. (ANIMAL POLÍTICO).

Chequeado es una construcción colectiva y que permanezca independiente y abierta para todos es posible gracias a la colaboración de muchos como vos, activistas del chequeo comprometidos con un debate plural, transparente y verificado. (CHEQUEADO).

Sé parte de la comunidad de GK y participa en el periodismo que hacemos. Únete y cambia el mundo con nosotros. (GK.CITY).

El periodismo que hacemos y en el que creemos necesita SúperAmigos: una comunidad que garantiza que este proyecto sea sostenible y que nos permite crecer a la vez que crece con nosotros. (LA SILLA VACÍA).

Necesitamos una Sudestada cada vez más intensa en esta democracia roída por los grandes grupos de poder. (SUDESTADA).

A campanha dos SúperAmigos de *La Silla Vacía*, de acordo com seu editor geral (2019), busca fortalecer a comunidade de leitores, para além de garantir uma fonte de ingresso financeiro. Esses membros, explica o editor, querem mais informação e informação privilegiada, querem contar acontecimentos no dia a dia do seu trabalho que pode resultar em uma investigação jornalística e, assim, enquanto membros, são ouvidos e levados em consideração pela produção da organização. No caso colombiano, os Súperamigos recebem, em contrapartida de sua colaboração em valores, a possibilidade de participarem de encontros com os editores e jornalistas de *La Silla Vacía*; assistem a conversações, debates e podem participar do Consejo de Redacción semanal; recebem um boletim mensal com a explicação conjetural de um tema destaque no mês; e recebem um áudio por semana, em um grupo no *Whatsapp*, com os principais movimentos do poder colombiano, além de benefícios comerciais, como descontos em livros e eventos. Em específico sobre ter o *Whatsapp* como canal de

comunicação, o editor geral (2019) afirma que é uma forma de manter o diálogo aberto e possibilitar que haja uma retroalimentação de informação, fazendo com que esse leitor se sinta mais parte de *La Silla Vacía*.

Entre as experiências de jornalismo independente estudadas, a membresia da *Agência Pública* é que se pode conhecer melhor, em razão de a pesquisadora ter se tornado uma Aliada e, portanto, membro da comunidade de leitores. A doação de R\$ 10 mensais possibilita que, assim como os demais doadores individuais, uma consumidora comum se torne integrante do projeto, já que essa é a proposta de uma membresia (GOLIGOSKI; THOMPSON, 2020). Em contrapartida, recebe-se semanalmente uma *newsletter* exclusiva, o contato direto com o editor de audiências e a possibilidade de, junto aos demais aliados escolher uma entrevista a ser realizada pela *Agência Pública* por mês – leitores que doam valores maiores ainda tem como benefícios descontos e produtos como livros e fotografias.

O programa Aliados da *Agência Pública*, de acordo com sua cofundadora e codiretora (2019), busca uma aproximação com seu consumidor, na esteira do que se discutiu antes sobre a organização ter reconhecido depois de quase dez anos a necessidade de se relacionar com dois públicos diferentes: os leitores do próprio site e os republicadores. Conforme a entrevistada, era necessário estabelecer uma relação mais direta com esses leitores, identificar o que eles querem saber e possibilitar que eles conheçam um pouco mais da produção jornalística da organização.

A *newsletter* dos Aliados sempre é enviada pela editora de audiências da *Agência Pública*. Como comentado no capítulo anterior, ela consiste em um texto de abertura feito por essa editora e um questionamento da mesma, instigando o leitor a comentar sobre a pauta abordada na *newsletter*. Esse comentário, por sua vez, é publicado em uma seção dessas *newsletters* chamada “cartas dos aliados”. Por exemplo, na *newsletter* dos aliados de 19 de agosto de 2020 o assunto foi uma reportagem sobre uma série de denúncias de crimes sexuais contra crianças em um município de Minas Gerais²⁵⁹. A editora questionou: “*O que você achou da reportagem sobre Várzea da Palma? Que outros abusos o jornalismo pode ajudar a combater? Responda a este e-mail com seu comentário para a seção "Cartas dos Aliados"!*”. As respostas foram publicadas no boletim enviado em 2 de setembro de 2020, conforme a Figura 43.

²⁵⁹ https://apublica.org/2020/08/mulheres-denunciam-serie-de-crimes-sexuais-contra-criancas-em-minas/?mc_cid=d0934f01dd&mc_eid=825993cf13

Figura 43 – Cartas dos Aliados da Agência Pública



Fontes: NEWSLETTER ALIADOS. Mensagem eletrônica recebida por nessa.costa.oliveira@gmail.com em 2 de setembro de 2020.

A escolha de uma entrevista por mês pelos Aliados – o outro benefício apresentado pela *Agência Pública* para que o leitor se sinta, de fato, um membro – é realizada em duas etapas. A primeira delas, em um sistema com login e senha dos Aliados, é aberta uma página para que as pessoas sugiram nomes para que sejam entrevistados pela *Agência Pública* naquele mês. Identifica-se que há uma média de 30 nomes sugeridos a cada votação. Depois que acaba o prazo estipulado pela equipe, abre-se para que, a partir das sugestões feitas, seja escolhida uma única pessoa. Na maioria das vezes há uma indução da *Agência Pública* sobre os entrevistados, pois o texto de abertura para a primeira fase muitas vezes comenta sobre os acontecimentos que estiveram em alta na última semana, induzindo, assim, que sejam sugeridos nomes relacionados aos acontecimentos e/ou às temáticas mais recentes. Além das sugestões e votação, é possível fazer comentários que, normalmente são argumentando o porquê de determinado sujeito ser o entrevistado do mês.

Observa-se, a partir de como se constituem esses programas de memberships e da maneira como funcionam, que sim, há a criação e fortalecimento dessas comunidades de leitores e, de fato, as memberships tem possibilidade de aproximar as relações das organizações de jornalismo independente e suas audiências, tornando-os, inclusive, partícipes da produção do conteúdo jornalístico, em alguma medida. No entanto, na prática, funciona como se fosse necessário fazer

uma doação mensal para garantir um canal direto de comunicação dos consumidores com as equipes.

Contudo, esse canal direto, ao considerar a crise do modelo tradicional de jornalismo também como uma crise da relação das organizações com suas audiências, a medida em que há um distanciamento entre ambas, deveria independer dessas contribuições. Ou seja, ao fim as memberships se prestam muito mais a gerar ingressos financeiros do que a estabelecer uma relação direta dos leitores com as organizações de jornalismo independente, ainda que o faça para um pequeno grupo de contribuintes, servindo como uma estratégia para mitigar um dos grandes desafios dessas organizações, que é a de se manter financeiramente.

Ainda assim, pelo que se pode observar a partir dos comentários dos Aliados da *Agência Pública*, e também dos SúperAmigos de *La Silla Vacía*²⁶⁰, os leitores contribuem com esses valores não para ter um canal de comunicação, para terem mais interatividade ou para participarem de alguma maneira da produção. É possível inferir pelos depoimentos em ambos os sites que o desejo de se tornar um membro tem mais relação com a ideia de defender e colaborar com o jornalismo independente e sua proposta, o que é reforçado pelos interesses do consumidor desses sites visto na seção anterior e indica, ainda, que há um reconhecimento em relação ao trabalho desenvolvido ao longo de todo um processo produtivo.

Ainda, para pensar o consumo na perspectiva do circuito da cultura, e a conseqüente integralidade desse circuito, é preciso considerar o processo de mídiatização no qual a sociedade está inserida²⁶¹, o qual complexifica os polos de emissão e recepção, especialmente a partir da emergência das redes sociais digitais. Mídiatização entendida aqui como a expansão dos diferentes meios técnicos e as interrelações entre a mudança comunicativa dos meios e a mudança sociocultural, sendo fruto e conseqüência das relações, interrelações, conexões e interconexões dos usos que a sociedade faz dos meios e instrumentos comunicacionais potencializados pela tecnologia digital (GOMES, 2016). É nesse processo em que o autor afirma que os meios não são mais utilizados como instrumentos que possibilitam as relações pessoais, eles próprios fazem parte da compreensão social e individual.

A sociedade em mídiatização constitui, nessa perspectiva, o cadinho cultural onde os diversos processos sociais acontecem. Ela é uma ambiência, um novo modo de ser no

²⁶⁰ Aqui <<https://superamigos.lasillavacia.com/>> e aqui <<https://lasillavacia.com/blogs/superamos-los-mil-superamigos-gracias-79283>>.

²⁶¹ Hepp (2020) já fala em um novo momento, o da mídiatização profunda, sendo essa o estágio avançado do processo em que todos os elementos do mundo social estão intrinsecamente relacionados à mídia digital e às suas estruturas subjacentes. É um processo aprofundado a partir da digitalização da mídia, relacionado à presença cotidiana dos algoritmos, dados e infraestruturas digitais, nos seus usos pela sociedade e na maneira como moldam a vida social.

mundo, como dissemos, que caracteriza a sociedade atual. As inter-relações recebem uma carga semântica que as coloca numa dimensão radicalmente nova, qualitativamente distinta em relação ao modo de ser na sociedade até então (GOMES, 2016, p. 18).

Nesse contexto, o consumidor, enquanto receptor, não apenas produz sentidos e os devolve à produção, ele é uma espécie de emissor nesse processo comunicativo a medida em que, por meio das redes sociais digitais, por exemplo, dá continuidade ao processo de circulação do conteúdo, ao compartilhar, comentar, definir pauta e mesmo pelo financiamento coletivo. E esse conteúdo não é mais resultado apenas de um processo produtivo de uma organização jornalística em particular, ele também passa a ser resultado da interpretação desse sujeito, uma vez que, ao escolher o que e como compartilhar, realiza uma espécie de curadoria e oferta, ainda, uma interpretação particular e privada daquele conteúdo.

Barros (2012) chama atenção, em uma sociedade midiaticizada, para o fato de os sistemas de circulação ampliarem no tempo e no espaço,

os processos de produção de sentidos, que extrapolam, assim, não só os limites das representações da mídia, mas também os movimentos restritos da recepção. A recepção passa a ser vista não mais como algo individual, mecânico e efêmero, mas como processo que se prolonga no tempo e se difunde no contexto sociocultural. A produção de sentidos se dá nas apropriações vivenciadas pelos receptores em seu lugar social, em interação com seus pares, marcada por experiências de interpretação, balizada por mediações socioculturais. (BARROS, 2012, p. 80).

Com a ampliação do processo de produção de sentidos em uma sociedade midiaticizada, tem-se, conseqüentemente, uma ampliação na devolução do momento do consumo às culturas vividas/territórios, no processo integral do circuito da cultura. O que retorna ao espaço-tempo-vivido, interferindo na sua construção histórica e social, deixa de ser apenas a decodificação feita pelo receptor das mensagens produzidas e postas em circulação, passa a ser, também, as novas mensagens emitidas por esse receptor, a partir do uso das tecnologias de informação e comunicação. Tem-se, assim, uma complexificação do circuito.

9 CONCLUSÃO

Ancorados teórica e metodologicamente nos Estudos Culturais, de onde, entre outros, trabalhou-se com o conceito de forma cultural, investigou-se a partir do circuito da cultura de Richard Johnson o processo produtivo de oito organizações de jornalismo independente distribuídos pelos territórios latino-americanos, com o objetivo de compreender como esse jornalismo se configura enquanto uma forma cultural nesses territórios.

A proposta desta pesquisa partiu de uma inquietação diante da emergência e expansão do jornalismo independente na América Latina, sendo essa uma experimentação que vem se apresentando à sociedade como uma prática e um produto diferenciado que, ao rejeitar um modelo de negócios baseado na publicidade tradicional e nos vínculos com os poderes políticos e econômicos, principalmente, estaria apta a produzir um conteúdo, de fato, independente. Tinha-se como suposição que, enquanto *locus* do desenvolvimento dessa prática cultural, a dinâmica dos territórios latino-americanos, por suas particularidades, estava relacionada, de alguma maneira, com a configuração do jornalismo independente nessa região.

Outras inquietações iniciais, decorrentes de um acompanhamento assistemático de experiências de jornalismo independente na América Latina, especialmente no Brasil, antecessor a proposta de pesquisa, tinham relação com a falta de uma sistematização acadêmica sobre esse jornalismo, pois observa-se, entre outros, uma falta de consenso sobre uma definição do jornalismo independente e, no campo empírico, o constante surgimento de novos projetos desse jornalismo, e também o fim de alguns deles. Não foram poucas as vezes em que, ao longo do projeto e do desenvolvimento da própria pesquisa se deparou com a extinção de organizações. Até que, perto da conclusão desta tese uma das próprias experiências estudadas aqui, *Nómada*, da Guatemala, anunciou que também encerrava suas atividades. Era evidente, desde o início, a existência de uma certa fragilidade dessas organizações, principalmente considerando a hegemonia dos conglomerados midiáticos na América Latina, e sua aparente força econômica e política.

A partir da exploração, descrição e análise de cada momento do circuito se pode tecer uma visão integral do seu processo, especificamente uma visão integral do circuito produtivo do jornalismo independente na América Latina, e responder, pontualmente, a cada um dos objetivos específicos propostos para essa pesquisa. Desde uma perspectiva do jornalismo como uma *forma* cultural e do momento das culturas vividas como o conjunto de elementos culturais existentes nos ambientes sociais, esse momento é entendido a partir dos territórios que configuram essa região do continente americano, enquanto recortes espaciais, decorrentes de

um espaço-tempo-vivido (HAESBAERT, 2004), sendo esse sistema tridimensional constituído pelo resultado do acúmulo das ações humanas através do tempo, carregado de memória e história, da convivência de distintas *formas* culturais (arcaicas, residuais e emergentes), reflexo da vida cotidiana em sociedade realizando-se, a partir de aspectos culturais, relações de poder e atividades de produção. As características desse espaço-tempo-vivido resultam em uma determinada construção histórica que, por sua vez, vai caracterizar o território.

A análise do momento das culturas vividas possibilita identificar um conjunto de elementos referentes ao processo histórico de relações de poder e apropriações materiais e simbólicas dos territórios que impulsionam, no início do século XXI o fenômeno do jornalismo independente na região. Esses elementos dizem respeito à processos de desenvolvimentos marcados por verticalidades, à uma subordinação da região aos países centrais, à uma multiculturalidade (CANCLINI, 2002) e uma mestiçagem (MARTÍN-BARBERO, 2003), à uma desigualdade socioeconômica que consiste em um desafio para o desenvolvimento da região (CEPAL, 2020), e a um espaço-tempo marcado por democracias frágeis, por um capitalismo tardio e uma modernidade tardia (MARTÍN-BARBERO, 2018).

Nessa esteira, tem-se ainda as características de formação das indústrias culturais na América Latina, marcadas por favorecimentos à determinadas classes e setores (MARINGONI, 2010), reforçando as relações desiguais que também pautam as atividades produtivas, construídas na articulação com o poder político e econômico. Isso interfere na forma que o jornalismo tradicional adquire na América Latina: um modelo de negócios que tem a informação jornalística como uma mercadoria, e nos grandes agentes políticos e do mercado sua principal fonte publicitária, o que também configura seu conteúdo, como sendo pautado por esse conjunto de interesses hegemônicos, na maioria das vezes, em um consenso editorial de redução de diversidade (BECERRA, 2014), característica tão cara às territorialidades latino-americanas.

Esse conjunto de características dos territórios latino-americanos, tanto os aspectos políticos e econômicos, quanto os simbólicos-culturais, dá o suporte para o desenvolvimento das experiências de jornalismo independente, que resgata os princípios e valores de uma *matriz* racional-iluminista, tendo uma série de motivações. Essas motivações tem relação com como está configurada a indústria midiática na América Latina e as lacunas que isso provoca em seus conteúdos, seguida de uma crise do modelo de negócio e da relação com a audiência; também guarda relação com um sistema pós-fordista (HARVEY, 2001), que com suas diretrizes precariza as relações de trabalho nas redações do jornalismo tradicional (FONSECA, 2005), assim como também reduz postos de trabalho; e ainda um contexto marcado pelo meio técnico-

científico-informacional (SANTOS, 2014), em que a técnica e a tecnologia são instrumentos do grande capital para intervenções no território, mas também ferramentas para ações horizontais.

É nesse contexto, e imbuídos de praticar um jornalismo que preza pela verdade, pela transparência e pela autonomia, e que seja regido por uma agenda de princípios e valores em que preconizam os direitos humanos e individuais, a igualdade, a liberdade de imprensa e a defesa da democracia e do interesse público, que jornalistas dão início a um processo que vai configurando uma outra *forma* jornalística, dita independente. Para isso, empreendem projetos de jornalismo que já nascem na internet – os nativos digitais – e que se valem das possibilidades e redução de custos possibilitado pelo advento da internet.

Esses projetos encontram dois principais desafios, que se relacionam diretamente com o momento das condições de produção – também configuradas a partir dos elementos citados anteriormente. Esses desafios correspondem à falta de conhecimento de gestão de uma organização, seja ela sem ou com fins lucrativos, e, o maior deles, encontrar um modelo de negócios que garanta condições estruturais de produção e também a garantia da autonomia financeira e, conseqüentemente editorial, que, ao fim, é o que dá nome a esse jornalismo. Ou seja, não se trata de buscar, necessariamente, a lucratividade, e sim uma maneira de garantir essas condições de produção. Para o primeiro aspecto, identificou-se que os profissionais tem encontrado apoio em organizações, em diferentes países, que constituem uma rede que os auxilia nesse sentido, à medida que oferece cursos e eventos sobre gestão e empreendimentos de jornalismo independente. Essas redes de ações horizontais, característica de projetos que, de alguma maneira, buscam resistir às imposições dos poderes instituídos, também é formada pelas próprias organizações de jornalismo independente que, à medida que vão superando seus desafios e se consolidando, também vão atuando como escola para novos projetos.

Já o desafio do financiamento, que é a solução para os projetos de jornalismo independente, e na mesma medida pode ser o impedimento para que eles se concretizem. Identificou-se que já há um consenso entre os profissionais de que o modelo de negócio ideal para o sucesso dessas organizações deve estar organizado a partir de múltiplas fontes de ingresso financeiro, bem como no equilíbrio entre essas fontes, de maneira que todas aportem mais ou menos a mesma porcentagem. Contudo, trata-se de um modelo que demora algum tempo para ser alcançado, e nem todos chegam lá. O recurso mais utilizado tem sido o financiamento de parte desses projetos por fundações internacionais como a *Ford Foundation* e a *Open Society*. E, nesse sentido, as organizações ficam livres das amarras de exclusividade com os mercados publicitários internos latino-americanos, mas se tornam dependentes do

capital estrangeiro. Trata-se, uma vez mais, da subalternidade latino-americana diante dos países centrais, que atravessam os territórios da América Latina com suas verticalidades, reforçando um processo histórico evidenciado na região.

É preciso reconhecer que são as horizontalidades das redes de apoio e as verticalidades do financiamento proporcionados por essas fundações internacionais que tem possibilitado uma determinada produção do jornalismo independente, seja ela bem estruturada ou não, já que a força das organizações está diretamente relacionada às suas formas de sustentação. Identificou-se que, de maneira geral, ainda que não exclusivamente, a produção do jornalismo independente latino-americano está concentrada nos grandes centros urbanos, assim como os principais veículos do jornalismo tradicional, e que está organizada em equipes pequenas, que variam de tamanho e de condições trabalhistas de acordo, uma vez mais, com as condições de produção a partir do modelo de negócio. Essas equipes, por sua vez, tal como no jornalismo tradicional, estão configuradas a partir de um modelo de funções hierárquicas e verticalizado, ainda que seu processo produtivo seja horizontal. Esse processo produtivo também é flexível, muitas vezes, nos moldes do sistema capitalista do pós-fordismo (FONSECA, 2005), onde há também acúmulo de funções, trabalho terceirizado e não remunerado.

O alinhamento editorial se dá, muitas vezes, dentro e fora das redações, a partir de estratégias formativas, que consistem, na prática, em dispositivos de disciplinamento, tanto para os membros da equipe, quanto para outras equipes de jornalismo independente. Ainda que as organizações possuam modelos diferentes de negócio, tamanhos e enfoques distintos, identifica-se uma linha editorial, e uma agenda de princípios e valores que os une. E, nesse sentido, as definições de temáticas e pautas a serem investigadas e apuradas se dá a partir dessa agenda, regida por uma *matriz* racional-iluminista, vinculando-se às territorialidades latino-americanas, no que diz respeito às suas demandas e fragilidades – lacunas deixadas pela mídia tradicional, dado sua interrelação com os poderes.

A força das redes de apoio aparece outra vez no momento da produção reiterando sua importância no circuito produtivo do jornalismo independente latino-americano. Nesse ponto do circuito elas fortalecem a produção a partir dos projetos colaborativos de investigação, sejam nacionais ou transfronteiriços, que possibilitam um aprofundamento em determinada pauta, na medida em que se expandem as fronteiras; uma diminuição de custos de produção de uma investigação e a ampliação dos conteúdos publicados pelas organizações que, neste sistema, contam com o apoio dos textos dos colegas de outras organizações.

Um espaço-tempo-vivido territorial latino-americano, com as características apontadas aqui, e ao longo da tese, bem como condições de produção regidas pela proposta de um

jornalismo independente, a partir de determinados valores e princípios, que tem como desafio a gestão do negócio e seu financiamento, e uma produção que se configura em equipes múltiplas e diferentes organizações de trabalho, mas que converge para uma mesma agenda de princípios, onde impera a defesa da democracia e dos direitos humanos, especialmente, constatadas como fragilidades nesses territórios, resulta em um determinado produto.

Nesse momento do produto, identificou-se marcas dos momentos anteriores. A presença dos projetos colaborativos, por exemplo, retroalimenta o produto, na medida em que amplia o número de publicações. Outro elemento a se destacar é o percentual, em alguns sites, de textos opinativos produzidos por sujeitos externos às equipes e, com isso, também, um aumento das publicações e atualizações sem necessariamente direcionar um profissional da equipe, sendo mais um aspecto relacionado à flexibilidade pós-fordista (HARVEY, 2001). Também se identificou o reflexo dos momentos anteriores na constância, ou não, de atualização dos sites: organizações com condições de produção mais precárias, tem poucos conteúdos publicados por mês, na comparação com os melhor estruturados.

Em relação especificamente aos conteúdos, seus temas, abordagens, fontes, gêneros e formatos, constatou-se a frequência com que os grandes temas que também ocupam o jornalismo tradicional aparecem, como política, economia e segurança pública. Contudo, a partir de uma aproximação com uma *matriz* popular, esses temas são tratados a partir das vítimas, das testemunhas, das experiências e relatos, e o que é secundário, ou até marginalizado no jornalismo tradicional, ganha destaque desde uma outra perspectiva: a imigração, a violência urbana, as desigualdades, as violações de direitos humanos e ambientais.

Esse conteúdo chega, por sua vez a um determinado consumidor. Examinar o momento das leituras no circuito da cultura, ou do consumo, como se chama nesta tese, é estar constantemente vigilante às relações sociais, à cultura vivida, ou, ao espaço-tempo-vivido dos territórios latino-americanos, pois como alerta Johnson (2010), todo produto fruto de uma produção cultural está sujeita a retornar ao emissor de maneira irreconhecível, ou pelo menos transformada. Para os Estudos Culturais, é na recepção que se dá, de fato, a produção de sentidos, pois envolve condições específicas de consumo, como os elementos culturais ativos no interior dos processos sociais, sendo o resultado do processo de leitura, seus significados e discursos, material bruto para a continuação da produção cultural (JOHNSON, 2010).

Os dados indicaram que esse conteúdo é consumido por um público segmentado e fiel e que a audiência que chega aos sites sem o intermédio das redes sociais digitais ou do e-mail. Inferiu-se ainda que parte da audiência inicia e termina sua experiência de consumo nas redes sociais digitais, sem ir até o site para a leitura do conteúdo na íntegra, o que indica a necessidade

de uma produção que resulte em um produto com um formato específico para essas plataformas – estratégia que já tem sido adotada por algumas organizações. Além disso, identificou-se um perfil de consumidor mais intelectualizado e interessado por conteúdo jornalístico, sem que esse interesse seja direcionado apenas para veículos independentes e alternativos. E é a partir desse processo de consumo e esse perfil de consumidor, em que vai se dá a produção de sentido das mensagens, em um processo complexo, em que o receptor não só dá sentido, mas também ressignifica e, muitas vezes, dá continuidade ao processo de circulação dessas mensagens.

O entorno do processo produtivo do jornalismo independente na América Latina é resultado de uma matriz territorial condicionada por condições materiais próprias do capitalismo, modelo de produção dominante, em um contexto de formação periférica e dependente em relação às formações sociais que tem coordenado e comandado a economia em um mundo globalizado, e por um acúmulo de projetos de desenvolvimento que reforçam essa matriz, por seu caráter exógeno e verticalizado. O jornalismo emerge desses territórios, de uma maneira geral, não apenas como uma prática social, do fazer e do negócio, mas também como uma prática de apropriação e significação, que pelo dizer, pelo discurso, constitui o território simbolicamente pela palavra. Nesse sentido, quando se tem um discurso midiático construído a partir da perspectiva enunciativa das elites, exclusivamente, o resultado é a apropriação e significação dos territórios a partir de uma dinâmica verticalizada.

O que se observa a partir do fenômeno do jornalismo independente na América Latina, é que o espaço dos territórios latino-americanos, enquanto uma soma de diferentes tempos, vai formatando esse jornalismo, sendo o jornalismo independente resultado, também, de muitos tempos de jornalismo em um espaço latino-americano. Ao buscar se desvencilhar dos poderes econômicos e políticos hegemônicos, atrelados ao capital, o jornalismo independente vai se configurando enquanto uma forma que não é completamente importada, tampouco desconectada da realidade dos territórios dos quais faz parte.

Constatou-se que, apesar das críticas e discurso da necessidade de renovação de um jornalismo tradicional, o jornalismo independente preserva estruturas-chave desse modelo hegemônico, como a composição hierárquica de suas equipes, a distribuição dos conteúdos em seus sites, as técnicas de produção e, principalmente, valores. O jornalismo independente se apropria dos mesmos valores do jornalismo tradicional para justificar sua importância, legitimação e credibilidade. São valores como a verdade, o interesse público, a democracia, o pluralismo e até mesmo a independência, que tem origem em uma matriz cultural racional-iluminista, de base liberal, e que, como indica a literatura da área, formata a prática jornalística desde seu início.

Essas aproximações podem parecer contraditórias em um primeiro momento, e até indicar uma equivalência entre os modelos. Contudo, é preciso compreender que mesmo que o jornalismo tradicional ainda acione discursivamente esses valores de uma matriz racional-iluminista na contemporaneidade, ao longo dos tempos, com o advento da técnica e da tecnologia, com a necessidade de garantir a lucratividade, com o advento da globalização e do neoliberalismo e com o vínculo cada vez mais próximo dos poderes econômicos e políticos hegemônicos nos territórios, esse jornalismo vai relegando esses valores em detrimento da manutenção da sua hegemonia.

Acredita-se que que uma não ruptura radical com um modelo de jornalismo tradicional ocorra pelo risco de que a nova forma não seja reconhecida e legitimada como jornalismo. E, se de um lado, o jornalismo independente aciona parte dos valores de uma matriz racional-iluminista, de outro, ativa aspectos de uma matriz popular, no que diz respeito a uma preocupação social, a uma agenda de princípios e valores que visa a responsabilidade social e a defesa de territórios socialmente mais justos, tendo um compromisso com a vida dos sujeitos. É um jornalismo que se presta a isso, assentado na cultura vivida dos territórios, reconhece e valoriza as especificidades desse espaço, assim como também identifica e denuncia suas mazelas, dando, de alguma maneira, sustentação às dinâmicas de desenvolvimento regional.

Assim, nos territórios latino-americanos, o jornalismo independente se configura como uma forma cultural híbrida entre o jornalismo alternativo e o tradicional. Isso não significa que essa forma esteja no centro, exatamente no meio do caminho entre as outras duas formas, como se viu que sugere Bennet (2015), e sim que se vale tanto de elementos arcaicos, quanto de elementos residuais, nos termos de Williams (1979), para configurar uma forma cultural jornalística emergente, de maneira que velhos valores e práticas são ressignificados em novas relações e processos produtivos. Em outras palavras, essa forma cultural híbrida não implica uma harmonização de dois modelos, pelo contrário, traz tensionamentos, como se abordou ao longo da tese.

O jornalismo independente, portanto, é uma forma híbrida que nasce de algumas interseções de duas matrizes, principalmente, já em um contexto de capitalismo neoliberal, com uma flexibilização de parte de seus processos produtivos, tendo aspectos próprios do pós-fordismo. Essa flexibilização está conectada com um tempo histórico dos territórios latino-americanos de maneira a ter seus contornos definidos por esse entorno, sendo a resposta desse jornalismo atuar para responder a certas demandas que são típicas ou próprias desses territórios.

Propõe-se que essa forma cultural híbrida de jornalismo seja reconhecida pelo termo já autoproclamado pelas próprias organizações de jornalismo independente. De fato, essas

organizações perseguem uma autonomia editorial a ser garantida por seus modelos de negócios e expressas em suas decisões editoriais de temáticas, pautas, fontes e angulações. A adoção do termo jornalismo independente, infere-se, difere-se da adoção do discurso da independência jornalística, que acaba sendo parcial, por meio do qual os atores da mídia hegemônica buscam reforçar sua legitimidade e credibilidade com o público. Neste caso, autonegar-se de jornalismo independente tem relação com ser independente de uma indústria midiática tradicional, o que implica em novos arranjos institucionais.

O jornalismo independente, que tem sua forma configurada a partir do espaço-tempo vivido dos territórios latino-americanos, tem características que ultrapassam àquelas estabelecidas pelos mapeamentos. Trata-se, evidentemente, de um jornalismo nativo digital, não corporativo e não partidário, que busca garantir uma independência financeira a partir de um modelo de negócios com fontes de recursos financeiros plurais e equilibradas. Este último aspecto, contudo, consiste em um dos maiores desafios do jornalismo independente e conquistá-lo exige, sobretudo, tempo e maturidade organizacional. Em razão disto, o jornalismo independente, inicia sendo dependente, muitas vezes, de fundações internacionais filantrópicas que investem nesses projetos e acabam por incidir nas experiências, mesmo que não em seus conteúdos e decisões editoriais, o que implica que, em alguma medida, esses projetos não sejam completamente endógenos nos territórios.

O jornalismo independente é politizado, e não radicalmente político, critica as consequências do capitalismo, mas não está livre das agruras desse sistema. O que faz é buscar alternativas e não substituições, o que resulta em novos arranjos organizacionais. Configura-se em modelos plurais e diversificados, no que diz respeito aos modelos de negócios, à organização do trabalho, e também aos gêneros e formatos jornalísticos que publica. Os une a busca pela autonomia, os valores e princípios que regem uma agenda de notícias própria, preocupada em dar visibilidade às relações desiguais de poder, com o aprofundamento da democracia, da defesa dos direitos humanos e da justiça social, demandas inerentes aos territórios latino-americanos. Produz e faz circular um conteúdo segmentado, de nicho, que é igualmente consumido por um público específico. Acredita-se que a possibilidade de ampliação do consumo está em promover conteúdos com linguagens e formatos próprios para as redes sociais digitais, de maneira a alcançar outros públicos.

Se, de um lado, há a incidência de uma força externa, verticalizada, sobre os projetos de jornalismo independente, por meio do financiamento das fundações, de outro, há força solidária e horizontal, que são as redes de apoio. Entende-se que essas redes, principalmente de organizações latino-americanas, são fundamentais para o desenvolvimento e manutenção desse

jornalismo, sendo essenciais para seu fortalecimento e resolução de problemas que são comuns. Elas auxiliam na manutenção dos projetos, dão base de capacitação, apoio para gestão, para a produção de conteúdo (por meio dos projetos colaborativos), sendo, ao fim, redes de formação informal.

Delimitar essa pesquisa em oito experiências de jornalismo independente na América Latina, junto a coleta de dados sobre outras organizações, possibilitou que se afirme que há uma unidade em relação a forma desse jornalismo na região. Porém se reconhece as limitações que isso traz consigo, já que cada um dos oito países em que está situada cada uma das organizações pesquisadas também possui suas especificidades, desconsideradas, na maioria das vezes, ao longo desse trabalho. Por tratar-se de uma pesquisa qualitativa, e com um recorte largo, também não foi possível aprofundar cada um dos momentos do circuito em cada uma das experiências, tanto por limitação de tempo de pesquisa, como de acesso a essas organizações e as características próprias de seus países. Contudo, acredita-se que a pesquisa ganha justamente nessa abordagem alargada, que permite identificar e reconhecer uma forma cultural jornalística, condicionada por um espaço-tempo-vivido latino-americano, que se fortalece em uma dinâmica de rede nesses territórios.

Esta não é uma pesquisa encerrada. Cada um dos momentos do circuito e cada característica identificadas provocam novos questionamentos. O jornalismo independente, quando em comparação aos tempos de outros modelos de jornalismo na América Latina, ainda engatinha e precisa ser cada vez mais explorado e pesquisado. Em um mundo em que a polarização, a desinformação e a pós-verdade vem sendo protagonistas de decisões políticas e, principalmente, cidadãs, uma alfabetização midiática se torna essencial. E para isso é necessário conhecer o funcionamento do jornalismo.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA PÚBLICA. **Quem somos**. 2020a. Disponível em: <<https://apublica.org/quem-somos/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

AGÊNCIA PÚBLICA. **Transparência**. 2020b. Disponível em: <<https://apublica.org/transparencia/>>. Acesso em: 10 maio 2020.

AGÊNCIA PÚBLICA. **Regulamento: microbolsas mineração**. 2020c. Disponível em: <<https://apublica.org/2020/07/regulamento-microbolsas-mineracao/>>. Acesso em: 15 jul. 2020.

AGÊNCIA PÚBLICA. **Exclusivo: Agrotóxicos paraquate e glifosato mataram 214 brasileiros na última década**. 2020d. Disponível em: <<https://apublica.org/2020/09/exclusivo-agrotoxicos-paraquate-e-glifosato-mataram-214-brasileiros-na-ultima-decada/>>. Acesso em: 06 set. 2020.

AGÊNCIA PÚBLICA. **Mapa do Jornalismo Independente**. 2016. Disponível em: <<https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

AGÊNCIA PÚBLICA. **Por trás do alimento: reportagens vão informar a população sobre o uso de agrotóxico no Brasil**. 2018. Disponível em: <<https://apublica.org/2018/12/por-tras-do-alimento-reportagens-vao-informar-a-populacao-sobre-o-uso-de-agrotoxicos-no-brasil/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

AGÊNCIA PÚBLICA. **Porque construir a Ponte?**. 2014. Disponível em: <<https://apublica.org/2014/06/por-que-construir-a-ponte/>>. Acesso em: 15 jul. 2020.

AMARAL, Márcia Franz. Lugares de fala do leitor no Diário Gaúcho. **Tese** (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2004. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/6253>>. Acesso em: 20 mar. 2020.

ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Post-industrial journalism: adapting to the present. In: **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, Ano 2, Número 5, Abril/Maio/Junho de 2012, p. 30-89. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/363776970/ANDERSON-C-W-BELL-Emily-SHIRKY-Clay-Jornalismo-Pos-Industrial-In-Revista-de-Jornalismo-ESPN-Sao-Paulo-p-32-89-maijun-2003-pdf>>. Acesso em: 25 set. 2018.

ANIMAL POLÍTICO. **Nace Aliados, red de medios digitales de América Latina**. 2013. Disponível em: <<https://www.animalpolitico.com/2013/06/nace-la-red-de-medios-digitales-independientes/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

ANIMAL POLÍTICO. **Quiénes Somos**. 2020a. Disponível em: <<https://www.animalpolitico.com/quienes-somos/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

ANIMAL POLÍTICO. **Marcha de mujeres en Ciudad Juárez contra la violencia policial culmina con represión**. 2020b. Disponível em:

<<https://www.animalpolitico.com/2020/09/marcha-mujeres-represion-juarez-golpes-abuso/>>. Acesso em: 06 set. 2020.

ASSIS, Evandro de, et al. Autonomia, ativismo e colaboração: contribuições para o debate sobre a mídia independente contemporânea. **Revista Pauta Geral**, v. 4, p. 3-20, jan/jun 2017. Disponível em: <<https://www.revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/9899/5813>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

ATTON, Chris; HAMILTON, James. **Alternative journalism**. Londres: Sage, 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARRAGÁN, Cristhian. Geografía digital de emprendimientos en América Latina. In: MORELO, Ginna Piedad. **La babel digital: pistas para un periodismo emprendedor**. Consejo de Redacción, Bogotá: 2018.

BARROS, Laan Mendes. Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teorias europeias e latino-americanas. In: MATOS, Maria Ângela; JANOTTI JR., Jeder; JACKS, Nilda. **Mediação & midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012. Disponível em: <<https://static.scielo.org/scielobooks/k64dr/pdf/mattos-9788523212056.pdf>>. Acesso em: 10 dez. 2020.

BECERRA, Martín. Medios de comunicación: América Latina a contramano. **Nueva Sociedad**, Buenos Aires, nº 249, p. 61-74, jan/fev, 2014. Disponível em: <http://nuso.org/media/articles/downloads/4003_1.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2018.

BECERRA, Martín. Prefácio. In: MORAES, Dênis. **Vozes abertas da América Latina: estado, políticas públicas e democratização da comunicação**. Rio de Janeiro: FAPERJ; MauadX, 2011.

BECERRA, Martín; MASTRINI, Guillermo. **La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015): nuevos medios y tecnologías, menos actores**. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, 2017.

BECKER, Beatriz; WALTZ, Igor. Mapping Journalistic Startups in Brazil: An Exploratory Study. In: ROBINSON, Laura; SCHULZ, Jeremy; WILLIAMS, Apryl (Org.). **Brazil: Media from the Country of the Future**. Emerald Publishing Limited, 2017. v. 13. p. 113–135.

BELL, Emily; OWEN, Taylor. **The platform press: how silicon valley reengineered journalism**. Tow Center Report, 2017. Disponível em: <https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php>. Acesso em: 24 jun. 2020.

BELTRÁN, Luis Ramiro. **La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años**. Discurso de abertura na inauguração da IV Mesa Redonda sobre comunicação e desenvolvimento organizada pelo Instituto para América Latina, Lima, Perú, fev, 1993. Disponível em: <http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/comunicacion_para_el_desarrollo_en_latinoamerica.pdf?revision_id=62744&package_id=33044>. Acesso em: 24 mar. 2018.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo: filosofia e técnica**. Porto Alegre: Sulina, 1976.

BENNET, James. The utopia of independent media: Independence, working with freedom and working for free. In: BENNET, James; STRANGE, Niki (coords.). **Media independence: working with freedom of working for free?**. New York: Routledge, 2015. Disponível em: <<http://culturedigitally.org/wpcontent/uploads/2015/01/Introduction.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2019.

BERGER, Christa. Do jornalismo: toda notícia que couber, o leitor apreciar e o anunciante aprovar, a gente publica. In: MOUILLAUD, Maurice (org.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

BERTOCCHI, Daniela. Gêneros no ciberjornalismo. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010. p. 315-328.

BIROLI, Flávia. Técnicas de poder, disciplinas do olhar: aspectos da construção do “jornalismo moderno” no Brasil. **História**, São Paulo, v. 26, n. 2, p. 118-143, 2007. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/his/v26n2/a07v26n2.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2020.

BITAR, Marina Parreira Barros. O jornalismo sem fins lucrativos no contexto pós-industrial: o caso Ponte Jornalismo. **Dissertação** (Mestrado em Comunicação e Sociedade) – Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2018. Disponível em: <<http://repositorio.uft.edu.br/bitstream/11612/1150/1/Marina%20Parreira%20Barros%20Bitar%20-%20Disserta%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em 10 ago. 2020.

BOISIER, Sérgio. Desarrollo (Local): De qué estamoshablando? In: BECKER, D. F.; BANDEIRA, P. S. (Org.). **Desenvolvimento Local-Regional: determinantes e desafios contemporâneos**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2000. p. 129-150.

BOLAÑO, César R. S. **Campo aberto: para a crítica da epistemologia da comunicação**. Aracajú: Edise, 2015.

BOLAÑO, César R. S. **Indústria cultural: informação e capitalismo**. São Paulo: HUCITEC, 2000.

BRAGANÇA, Pedro Henrique Paes Loureiro. Vozes da resistência: narrativas da pública sobre os agentes e os conflitos nos projetos hidrelétricos do Tapajós. 2016. 218f. **Dissertação** (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido) – Universidade Federal do Pará, Belém, 2016. Disponível em: <<http://repositorio.ufpa.br/jspui/handle/2011/7832>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

CAMASÃO, Leonel David Jesus. Independência no jornalismo em Santa Catarina: parâmetros para aferição da liberdade profissional. 2017. 161f. **Dissertação** (Programa de Pós-Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/183626>>. Acesso em: 23 mar. 2019.

CANAVILHAS, João et al. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/BSNLMX>>. Acesso em: 28 ago. 2020.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João et al. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/BSNLMX>>. Acesso em: 28 ago. 2020.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de globalización**. México: Grijalbo, 1995.

CANCLINI, Néstor García. **Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad**. Barcelona: Gedisa, 2004.

CANCLINI, Néstor García. **Latinoamericanos buscando lugar en este siglo**. Buenos Aires: Paidós, 2002.

CARNIELLO, Mônica F.; Santos, Moacir J.; GALVÃO JÚNIOR, Lourival da C. Comunicação para o desenvolvimento: considerações para a construção de interfaces temáticas. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v.12, n.4 (número especial, p.03-30, dez/2016. Disponível em: <<http://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/2601>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

CARVALHO, Guilherme; BRONOSKY, Marcelo. Jornalismo alternativo no Brasil: do impresso ao digital. **Pauta Geral**, Estudos em Jornalismo, v. 4, p. 21-39, 2017. Disponível em: <<https://www.revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/10007>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede: do Conhecimento à Política. In: CASTELLS, M.; CARDOSO, G. (Orgs.). **A sociedade em rede: do conhecimento à Acção Política**. Belém: Imprensa Nacional, 1999. p. 17-30

CASTRO, Nils. **América Latina e Caribe: Integração emancipadora ou neocolonial**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2015.

CEPAL **La autonomía de las mujeres en escenarios económicos cambiantes**. Santiago (Chile), 2019. Disponível em: <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45032/S1900723_es.pdf?sequence=4>. Acesso em: 10 out. 2020.

CEPAL. **Panorama Social da América Latina 2019**. Resumo Executivo, Santiago (Chile), 2020. Disponível em: <<https://www.cepal.org/pt-br/publicaciones/ps>>. Acesso em: 31 mar. 2020.

CEVASCO, Maria Elisa. **Dez lições: sobre estudos culturais**. São Paulo: Boitempo, 2003.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHEQUEADO. **Acerca de Chequeado**. 2020a. Disponível em: <<https://chequeado.com/acerca-de-chequeado/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

CHEQUEADO. **Metodo**. 2020b. Disponível em: <<https://chequeado.com/metodo/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

CHEQUEADO. **RedDes**. 2020c. Disponível em: <<https://chequeado.com/tag/reddes>>. Acesso em: 10 set. 2020.

CHEQUEADO. **LatamChequea**. 2020d. Disponível em: <<https://www.chequeado.com/latamcoronavirus/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

CHEQUEADO. **Cómo llegó y qué grupos difundieron en la Argentina la falsa teoría que vincula al caronavirus con el 5G**. 2020e. Disponível em: <<https://chequeado.com/el-explicador/como-llego-y-que-grupos-difundieron-en-la-argentina-la-falsa-teoria-que-vincula-al-coronavirus-con-el-5g/>>. Acesso em: 06 set. 2020.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Valores, ordenamentos de conduta e subsistência do jornalismo. In: 20ª Reunião da Compós, 2011, Porto Alegre - RS. **Anais do Encontro Anual da Compós**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2011. v. 1. p. 1-16. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1680.pdf>. Acesso em: 10 maio 2020.

CIAPINA, C. M. **Historia Contemporánea de América Latina: relaciones internacionales y comunicación cátedra II** / Carlos M. Ciappina y Fernando Esteche. 1a ed. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 2013.

CIPER. **Sobre CIPER**. 2020. Disponível em: <<https://ciperchile.cl/sobre-ciper/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

COFUNDADOR E DIRETOR DE SUDESTADA. **El periodismo independiente en Sudestada**. Entrevistadora: V. C. Oliveira. 2020. Arquivo de áudio digital (40min). Entrevista concedida à pesquisa A configuração da forma do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

COFUNDADORA DE CONTRA CORRIENTE. **El periodismo independiente en Contra Corriente**. Entrevistadora: V. C. Oliveira. 2019. Arquivo de áudio digital (30min). Entrevista concedida à pesquisa A configuração da forma do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

COFUNDADORA E CODIRETORA DA AGÊNCIA PÚBLICA. **O jornalismo independente na Agência Pública**. Entrevistadora: V. C. Oliveira. 2019. Arquivo de áudio digital (45min). Entrevista concedida à pesquisa A configuração da forma do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

COFUNDADORA E DIRETORA EDITORIAL DE GK.CITY. **El periodismo independiente en GK.city**. Entrevistadora: V. C. Oliveira. 2020. Arquivo de áudio digital (30min). Entrevista concedida à pesquisa A configuração da forma do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

CONTRA CORRIENTE. **Quiénes Somos**. 2020a. Disponível em: <<https://contracorriente.red/quienes-somos/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

CONTRA CORRIENTE. **Por defender território y cultura, la violencia le llegó al pueblo garífuna**. 2020b. Disponível em: <<https://contracorriente.red/2020/08/02/por-defender-territorio-y-cultura-la-violencia-le-llego-al-pueblo-garifuna/>>. Acesso em: 06 set. 2020.

CORAÇÃO, Cláudio; MARTINS, Lilian Juliana. A identidade jornalística da Agência Pública na discussão sobre o jornalismo contemporâneo. **Rev. Estud. Comum.**, v. 16, p. 149-164, maio/ago. 2014. Disponível em: <https://www.repositorio.ufop.br/bitstream/123456789/6816/1/ARTIGO_IdentidadeJornal%C3%ADsticaAg%C3%AAncia.pdf>. Acesso em 20 mar. 2019.

CÔRREA, Roberto Lobato. Sobre a geografia cultural. **Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul**, 16 nov. 2009. Disponível em: <<http://ihgrgs.org.br/artigos/contibucioes/Roberto%20Lobato%20Corr%C3%AAa%20%20Sobre%20a%20Geografia%20Cultural.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2018.

CORREIO BRAZILIENSE. **Lava-jato atinge 49 países e rende 340 pedidos de cooperação bilateral**. 2017. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2017/12/04/interna_politica,645204/paises-atingidos-lava-jato-cooperacao-internacional.html>. Acesso em: 10 set. 2020.

COSTA, Lailton Alves da. Gêneros jornalísticos. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2020. p. 43-84.

COSTA, Lailton Alves da; LUCHT, Janine Marques Passini. Gênero interpretativo. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010. p. 109-124.

COUTINHO, Iluska; MARINO, Caroline. Ambiente digital como possibilidade para o exercício da contra-hegemonia: Jornalistas Livres, transmissões ao vivo e #GreveGeral. **Revista Pauta Geral**, v. 4, p. 30-52, 2017. Disponível em: <<https://www.revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/10010>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

DIRETOR GERAL E COFUNDADOR DA FUNDACIÓN GABO. **La Fundación Gabo**. Entrevistadora: V. C. Oliveira. 2020. Arquivo de áudio digital (31min). Entrevista concedida à pesquisa A configuração da forma do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

DIRETORA DO PROGRAMA VELOCIDAD DE SEMBRAMEDIA. **El programa Velocidad**. Entrevistadora: V. C. Oliveira. 2019. Arquivo de áudio digital (20min). Entrevista concedida à pesquisa A configuração da forma do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

DIRETORA EXECUTIVA DO CHEQUEADO. **El periodismo independiente en Chequeado**. Entrevistadora: V. C. Oliveira. 2019. Arquivo de áudio digital (25min).

Entrevista concedida à pesquisa A configuração da forma do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

DOWNING, John. **Radical Media: rebellious communication and social movements**. Thousand Oaks: Sage, 2001.

EDITOR GERAL DE LA SILLA VACÍA. **El periodismo independiente en La Silla Vacía**. Entrevistadora: V. C. Oliveira. 2019. Arquivo de áudio digital (45min). Entrevista concedida à pesquisa A configuração da forma do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

EDITORA GERAL DE ANIMAL POLÍTICO. **El periodismo independiente en Animal Político**. Entrevistadora: V. C. Oliveira. 2020. Arquivo de áudio digital (17min). Entrevista concedida à pesquisa A configuração da forma do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

EL FARO. **Acerca de EF**. 2020. Disponível em: <https://elfaro.net/es/info/acerca_de_elfaro/>. Acesso em: 10 jun. 2020.

EL PUERCOESPÍN. **El Faro de El Salvador: el periódico digital que se hizo sin dinero, sin internet y sin país**. 2010. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20150115060742/http://www.elpuercoespın.com.ar/2010/07/30/el-faro-de-el-salvador-el-periodico-digital-que-se-hizo-sin-dinero-sin-internet-y-sin-pais/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

EL SURTIDOR. **Acerca de El Surti**. 2020. Disponível em: <<https://archivo.elsurti.com/page/about-us/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

EMBAIXADORA SEMBRA MEDIA NA COLÔMBIA. **El directoria de nativos digitales de SembraMedia**. Entrevistadora: V. C. Oliveira. 2019. Arquivo de áudio digital (45min). Entrevista concedida à pesquisa A configuração da forma do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos Estudos Culturais: uma versão latino-americana**. ed. on-line. Belo Horizonte: Autêntica, 2010b.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: Um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo/ Escola Superior de Propaganda e Marketing**. V.4, n.11. São Paulo: ESPM, 2007. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/111>>. Acesso em: 15 fev. 2019.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e recepção. **Comunicação, mídia e consumo**, v. 4, n. 11, 2007. p. 115-135. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/111>>. Acesso em: 15 out. 2015.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Estudos Culturais: uma introdução. In: JOHNSON, Richard; ESCOSTEGUY, Ana Carolina; SCHULMAN, Norma. **O que é, afinal, Estudos Culturais?**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010a.

ETGES, Virgínia Elisabeta. A interiorização da pesquisa e da pós-graduação no Brasil: o caso dos Programas de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional. In: SILVEIRA, R. L. L.; DEPONTI, C. M.; FELIPPI, A. C. T (Orgs.). **Reflexões teóricas e metodológicas sobre Desenvolvimento Regional**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2020. p. 168-204.

ETGES, Virginia Elisabeta. A região no Contexto da Globalização: O Caso do Vale do Rio Pardo. In: VOGT, Olgário Paulo; SILVEIRA, Rogério L.L. (orgs). **Vale do Rio Pardo: (re)conhecendo a região**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2001. p.351 – 365.

ETGES, Virginia Elisabeta. Desenvolvimento Regional sustentável: o território como paradigma. **REDES**, Santa Cruz do Sul, v.10, n.3, p.47-55, set/dez. 2005. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/view/11050/pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2018.

ETGES, Virgínia Elisabeta; DEGRANDI, José Odim. Desenvolvimento regional: a regional como potencialidade. **Revista Brasileira de Desenvolvimento Regional**, v. 1, n. 1, p. 85-94, outono 2013. Disponível em: <<http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rbdr/article/view/3649>>. Acesso em: 10 set. 2019.

EX-DIRETORA DO PROGRAMA DE JORNALISMO INDEPENDENTE DA OPEN SOCIETY. **El programa de periodismo independiente de Open Society**. Entrevistadora: V. C. Oliveira. 2019. Arquivo de áudio digital (57min). Entrevista concedida à pesquisa A configuração da forma do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

FACTUAL. **Primer estudio de medios digitales y periodismo en América Latina**. 2016. Disponível em: <https://primeirodigital.com.br/wp-content/uploads/2016/02/EstudioMediosDigitales_Factual_2016.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2018.

FELIPPI, Ângela C.T., BRANDT, Grazielle B. Aproximações entre estudos culturais e desenvolvimento regional: uma proposta teórico metodológica para estudar a comunicação na interdisciplinaridade. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v.12, n.4 (número especial, p.44-63, dez/2016. Disponível em: <<http://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/2603>>. Acesso em: 20 dez. 2016.

FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan; BRANDT, Grazielle Betina. Aproximações entre estudos culturais e desenvolvimento regional: uma proposta teórico-metodológica para estudar a comunicação na interdisciplinariedade. In: SOUSA, Cidival Morais de; THEIS, Ivo Marcos; BARBOSA, José Luciano Albino (Org.). **Celso Furtado: a esperança militante**. vol 3. Campina Grande: EDUEPB, 2020. p. 355-374.

FELIPPI, Ângela C.T., ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Jornalismo e Estudos Culturais: a contribuição de Jesús Martín-Barbero. **Rumores**, 2013. p. 8-27. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/viewFile/69433/72013>>. Acesso em: 15 out. 2015.

FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan; VILLELA, Rosário Sánchez; SILVEIRA, Rogério Leandro Lima da. La espacialidad en el mapa comunicativo de la cultura: producto social y condición del devenir. In: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura. **Un**

nuevo mapa para investigar la mutación cultural: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Quito: Ediciones Ciespal, 2019.

FELIPPI, Ângela C. T. As mediações de Jesús Martín-Barbero e os estudos de Comunicação no âmbito do Desenvolvimento Regional. **Revista Intexto**, Porto Alegre, n. 43, p. 135-150, set/dez de 2018. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/81173/48789>>. Acesso em: 0 fev. 2019.

FELIPPI, Ângela C. T. Comunicação e desenvolvimento: possibilidades para uma agenda de pesquisa. In: SILVEIRA, Rogério L. L.; DEPONTI, Cidonea M. **Desenvolvimento Regional: processos, políticas e transformações**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2020a. p. 215-238.

FELIPPI, Ângela C. T. As mediações de Jesús Martín-Barbero e os estudos de comunicação no âmbito do Desenvolvimento Regional. In: SILVEIRA, Rogério L. L.; DEPONTI, Cidonea M.; FELIPPI, A. C. T. (Org.). **Reflexões teóricas e metodológicas sobre Desenvolvimento Regional**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2020b.

FERNANDES, Kamila Bossato. Contrastes da cobertura jornalística audiovisual da greve geral de 28 de abril no Brasil pelos media tradicional e alternativo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 15, p. 72-83, 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/19846924.2018v15n2p72/38321>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

FERREIRA, Maria Nazareth. **Imprensa operária no Brasil**. São Paulo: editora ática, 1988.

FIGARO, Roseli; NONATO, Claudia. Novos arranjos econômicos alternativos para a produção jornalística. **Contemporânea, comunicação e cultura**, v. 15, p. 47-63, jan- abr 2017. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/21451>>. Acesso em 20 mar. 2019.

FIGARO, Roseli (Org.). **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. Centro de Pesquisa e Comunicação e Trabalho, ECA-USP, 2018.

FLORES, Murilo. **A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento:** Uma visão do estado da arte. 2006. Disponível em: <http://indicadores.fecam.org.br/uploads/28/arquivos/4069_FLORES_M_Identidade_Territorial_como_Base_as_Estrategias_Desenvolvimento.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2018.

FNPI. **A Fundação Gabo:** FNPI, oficina de jornalismo em transformação. Cartegena de Índias, Colômbia. 2014.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. O jornalismo no conglomerado de mídia: reestruturação produtiva sob o capitalismo global. **Tese** (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** São Paulo: Paz e Terra, 2011.

FUNDACIÓN GABO. **Acerca de la Fundación Gabo**. 2020. Disponível em: <<https://fundaciongabo.org/es/institucion/acerca-de-la-fundacion-gabo>>. Acesso em: 15 maio 2020.

FUNDACIÓN GABO. **El Faro, de El Salvador, gana el Reconocimiento a la Excelencia del Premio Gabo 2016**. 2016. Disponível em: <<https://premioggm.org/2016/07/ganador-del-reconocimiento-a-la-excelencia/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

FUNDADORA E DIRETORA DA LA SILLA VACÍA. No pensar en un modelo de negocio desde el principio es un error. Entrevista concedida para Renata Cabrales. In: MORELO, Ginna Piedad. **La babel digital: pistas para un periodismo emprendedor**. Consejo de Redacción, Bogotá: 2018

GALEANO, E. **As veias abertas da América Latina**. Porto Alegre: L&PM, 2016.

GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel. **La soledad de América Latina**: discurso de Gabriel García Márquez em la recepción del Premio Nobel de Literatura. Estocolmo, Suécia, 1982. Disponível em: <<https://centrogabo.org/gabo/gabo-habla/la-soledad-de-america-latina-discurso-de-gabriel-garcia-marquez-en-la-recepcion-del>>. Acesso em: 10 mar. 2020.

GARCÍA, Kevin Alexis. Principios organizadores em seis médios periodísticos emergentes em internet. **Nexus comunicación**, v. 17, p. 112-129, 2015 Disponível em: <<http://nexus.univalle.edu.co/index.php/nexus/article/view/702>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

GK.CITY. **¿Qué es GK?**. 2020a. Disponível em: <<https://gk.city/que-es/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

GK.CITY. **Juez niega acción de protección para comunidades afectadas por derrame de petróleo em el río Coca**. 2020b. Disponível em: <<https://gk.city/2020/09/02/accion-proteccion-comunidades-indigenas/>>. Acesso em: 06 set. 2020.

GREENWALD, Glenn. **Bem-vindo ao The Intercept Brasil**, 2016. Disponível em: <<https://theintercept.com/2016/08/02/bem-vindo-ao-the-intercept-brasil/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

GOMES, Pedro Gilberto. Mídia-tização: um conceito, múltiplas vozes. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio-ago., 2016. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22253>>. Acesso em: 10 dez. 2020.

GOLIGOSKI, Emily; THOMPSON, Matt. **Membership in news & beyond**: what media can learn from other member-driven movements. Austin: Knight Center for Journalism in the Americas, 2020. Disponível em: <https://live-journalismcourses.pantheonsite.io/wp-content/uploads/2020/06/Membership_Report_English.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2020.

HAESBAERT, Rogério. **Dos múltiplos territórios à multiterritorialidade**. Porto Alegre, set. 2004. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/petgea/Artigo/rh.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2018.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

HAESBAERT, Rogério; LIMONAD, Ester. O território em tempos de globalização. **Etc, espaço e crítica**, Niterói, v. 1, n. 2 (4), p. 39-52, ago. 2007. Disponível em: <<http://www.ligiatavares.com/gerencia/uploads/arquivos/6477dd13d45c1917f9e8147345657e7e.pdf>>. Acesso em: 21 maio 2018.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Cultura, Mídia e Educação - Educação & Realidade**. Porto Alegre, v. 22, n 2, p 15-46, jul./dez. 1997.

HALL, Stuart. **Da Diáspora**: Identidades e Mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: Unesco, 2003.

HARLOW, Summer; SALAVERRÍA, Ramón. Regenerating Journalism: Exploring the “alternativeness” and “digital-ness” of online-native media in Latin America. **Digital Journalism**, v. 4, n. 8, p. 1001-1019, 2016. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2015.1135752>>. Acesso em: 21 set. 2020.

HEPP, Andreas. **Deep mediatization**. New York: Routledge, 2020. Disponível em: <http://www.andreas-hepp.name/resources/Hepp_Deep_Mediatzation_Introduction.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2020.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 10. ed. São Paulo: Loyola, 2001.

HARVEY, David. O espaço como palavra-chave. **Em Pauta**, n. 35, v. 13, 2015, pp. 126-152. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistaempauta/article/view/18625/0>>. Acesso em: 14 abr. 2019.

HERSCOVITZ, Heloíza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; MACHADO, Marcia Benetti. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

HOOFF, Bernhardus Van. **Casos de estudio sobre empresas colombianas**: el valor del periodismo independiente. OMIN, 2013. Disponível em: <http://academiab.org/wp-content/uploads/2015/03/EL-VALOR-DEL-PERIODISMO-INDEPENDIENTE_Case-Colombia_1.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2019.

IQANI, Mehita; RESENDE, Fernando. Theorizing media in and across the global south. IN: IQANI, Mehita; RESENDE, Fernando. **Media and global South**: narrative territorialities, cross-cultural currents. New York: Routledge, 2019. p. 1-16

IUS POLITICUM. **Entrevista con Juanita León, directora de La Silla Vacía**. 2010. Disponível em: <http://iuspoliticum.blogspot.com/2010/05/entrevista-juanita-leon-directora-de-la_05.html>. Acesso em: 15 set. 2019.

JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker editores, 2005.

JOHNSON, Richard. O que é, afinal, os Estudos Culturais?. In: JOHNSON, Richard; ESCOSTEGUY, Ana Carolina; SCHULMSN, Norma. **O que é, afinal, Estudos Culturais?**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

JORNALISTA DE LA SILLA VACÍA. **El periodismo independiente en La Silla Vacía**. Entrevistadora: V. C. Oliveira. 2019. Arquivo de áudio digital. Entrevista concedida à pesquisa A configuração da forma do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

KAPLÚN, Gabriel (Coord.). **¿Vivir o sobrevivir?** Sostenibilidad de las alternativas mediáticas en Uruguay. Universidad de La República Uruguay, 2019. Disponível em: <<http://library.fes.de/pdf-files/bueros/uruguay/15739.pdf>>. Acesso em: 12 ago. 2019.

KAPLÚN, Gabriel. Universidad y comunicación alternativa: quién cambia a quién. **Revista de comunicación y ciudadanía digital**, v. 9, n. 1, p. 9-25, 2020. Disponível em: <<https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/6135/6313>>. Acesso em: 10 set. 2020.

KARPPINEN, Kari; MOE, Hallvard. **What we talk about when talk about “media Independence”**. 2016. Disponível em: <<http://bora.uib.no/bitstream/handle/1956/12265/What+We+Talk+About+When+Talk+About+Media+Independence.pdf?sequence=6>>. Acesso em: 27 set. 2019.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Estudos Culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: Edusc, 2001.

KNIGHT CENTER. **Nómada innova en periodismo en Guatemala con una estética atrevida**. 2017. Disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-19119-nomada-innova-en-periodismo-en-guatemala-con-una-estetica-atrevida-una-cobertura-progr>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

KNIGHT CENTER. **Ponte Jornalismo completa cinco anos de foco em segurança pública e enfrenta o desafio da sustentabilidade financeira**. 2019. Disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-20996-ponte-jornalismo-completa-5-anos-de-foco-em-seguranca-publica-e-enfrenta-desafio-da-su>>. Acesso em: 10 ago. 2020.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração editorial, 2003.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1991.

LA SILLA VACÍA. **Quiénes Somos**. 2020a. Disponível em: <<https://lasillavacia.com/content/quienes-somos-55168>>. Acesso em: 13 abr. 2020.

LA SILLA VACÍA. **La Silla se gradúa de nacional, y otros planes para 2020**. 2020b. Disponível em: <<https://lasillavacia.com/blogs/direccion/silla-se-gradua-nacional-y-otros-planes-2020-75148>>. Acesso em: 10 já. 2020.

LA SILLA VACÍA. **Financiación**. 2020c. Disponível em: <<https://lasillavacia.com/content/financiacion-63024>>. Acesso em: 30 mai. 2020.

LA SILLA VACÍA. **Reglas de La Silla Llena**. 2020d. Disponível em: <<https://lasillavacia.com/silla-llena/reglas>>. Acesso em: 10 out. 2020.

LA SILLA VACÍA. **Estrategia: La Silla Vacía 2020-2023**. Bogotá, 2020e. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/461478614/Nueva-estrategia-La-Silla-Vacia>>. Acesso em: 10 fev. 2020.

LA SILLA VACÍA. **Los caminos judiciales desiguales en Odebrecht**. 2020e. Disponível: <<https://lasillavacia.com/los-caminos-judiciales-desiguales-odebrecht-78019>>. Acesso em: 06 set. 2020.

LATINOBARÓMETRO. **Informe**. Buenos Aires, 2013. Disponível em: <https://www.latinobarometro.org/documentos/LATBD_INFORME_LB_%202013.pdf>. Acesso em: 10 set. 2020.

LATINOBARÓMETRO. **Informe**. Buenos Aires, 2016. Disponível em: <<http://www.latinobarometro.org/latNewsShowMore.jsp?evYEAR=2016&evMONTH=9>>. Acesso em: 24 mar. 2018.

LATINOBARÓMETRO. **Informe**. Buenos Aires, 2018. Disponível em: <<https://www.latinobarometro.org/latNewsShowMore.jsp?evYEAR=2018&evMONTH=-1>>. Acesso em: 10 set. 2020.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação. **Intexto**, n. 43, set/dez. 2018. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/81160>>. Acesso em: 10 out. 2019.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Kacker Editores, 2000.

MARINGONI, Gilberto. Comunicações na América Latina: progresso tecnológico, difusão e concentração de capital (1870-2008). In: CASTRO, Daniel; MELO, José Marques de; CASTRO, Cosette (Orgs). **Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil**. Brasília: IPEA, 2010. Volume 3.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3. Ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom – RBCC**, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 39-56, 2016. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0039.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2020.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Colombia: Una agenda de país en comunicación. IN: MARTÍN-BARBERO, Jesús (Coord.). **Entre saberes desechables y saberes**

indispensables: agendas de país desde la comunicación. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, 2009. p. 11-36.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: três introduções. **Matrizes**, n.1, v. 12, 2018, pp. 9-31. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/145681/139737>>. Acesso em: 13 out. 2020.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; RINCÓN, Omar. Mapa Insomne 2017: ensayos sobre el sensorium contemporáneo. Un mapa para investigar la mutación cultural. In: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura. **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural:** diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Quito: Ediciones Ciespal, 2019.

MOM – MEDIA OWNERSHIP MONITOR. Brazil. 2018. Disponível em: <<http://brazil.mom-rsf.org/>>. Acesso em: 11 maio 2018.

MENDONÇA, L. J. V. P. América Latina: da desigualdade social à desigualdade econômica. **Argumentum**, Vitória, v. 1, n. 1, p. 78-91, jul/dez 2009. Disponível em: <<http://periodicos.ufes.br/argumentum/article/view/14>>. Acesso em: 21 jan. 2010.

MENDOZA, S. M.; ROJAS, D. N. R. Periodismo colaborativo: Tejiendo Redes en disputa por la palabra y la agenda informativa. **Comunicación y Sociedad**, 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7608>>. Acesso em: 31 ago. 2020.

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?:** como salvar o jornalismo na era da informação. São Paulo: Contexto, 2007.

MONASTERIO, L.; EHRL, P. **Colônias povoamento versus colônia de exploração:** de Heeren a Acemoglu. Texto para discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Brasília: Ipea, 2015. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/5320/1/td_2119.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2020.

MONITOR FUERZA LETAL. **Informe sobre uso y abuso de la fuerza letal en América Latina**. 2019. Disponível em: <<http://www.monitorfuerzaletal.com/informes>>. Acesso em: 10 out. 2020.

MONTERO, Silvia Marcela Gómez. Periodismo político digital en América Latina. Análisis de caso: La Silla Vacía (Colombia), Animal Político (México) y Agência Pública (Brasil). **Contratexto**, v. 28, p. 93-116, 2017. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6265311>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

MORAES, Ana Luiza Coiro. Epistemologia dos Estudos Culturais: Da dialética ao materialismo cultural. Trabalho apresentado no **20º Encontro da Compós**. Porto Alegre, junho 2011a.

MORAES, Dênis de. Sistema midiático, mercantilização cultural e poder mundial. In: MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contra-**

poder: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013. p. 19-52.

MORAES, Dênis de. **Vozes abertas da América Latina:** estado, políticas públicas e democratização da comunicação. Rio de Janeiro: FAPERJ; MauadX, 2011b.

MORAES, Dênis. Agências alternativas em rede e democratização da informação na América Latina. In: MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contra-poder:** da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013. p. 19-52.

MORAES, Thiago Perez Bernardes; SANTOS, Romer Mottinha, TORRECILLAS, Geraldo Leopoldo da Silva. Corrupção, democracia e confiança política na América Latina. **Revista eletrônica de Ciência e Política**, v. 5, n. 1, 2014. p. 12-29. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/politica/article/view/35514/22907>>. Acesso em: 10 set. 2020.

NEOTTI, Clarêncio. **A nova ordem mundial da informação e da comunicação.** Petrópolis: Vozes, 1986.

NEWSLETTER DOS ALIADOS. **Como a denúncia de leitor virou investigação sobre a Petrobras.** Destinatário: Vanessa Costa de Oliveira. Agência Pública, São Paulo, 05 ago. 2020a. 1 mensagem eletrônica.

NEWSLETTER DOS ALIADOS. **A reportagem que ajudou mulheres a romperem o silêncio de 30 anos.** Destinatário: Vanessa Costa de Oliveira. Agência Pública, São Paulo, 19 ago. 2020b. 1 mensagem eletrônica.

NÓMADA. **Quiénes Somos.** 2020a. Disponível em: <<https://nomada.gt/quienes-somos/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

NÓMADA. **Um adiós, con la frente en alto.** 2020b. Disponível em: <<https://nomada.gt/pais/actualidad/un-adios-con-la-frente-en-alto/>>. Acesso em: 15 out. 2020.

NÓMADA. **Don Gerardo, el bombero, y el tesoro de la primera motobomba donada por Árbenz.** 2020c. Disponível em: <<https://nomada.gt/cotidianidad/don-gerardo-el-bombero-y-el-tesoro-de-la-primera-motobomba-donada-por-arbenz/>>. Acesso em: 06 set. 2020.

OLIVEIRA, Vanessa Costa de. Desenvolvimento e jornalismo: a estratégia produtiva da agência pública na perspectiva da informação como fator de expansão das liberdades. 2017. 194 f. **Dissertação** (Mestrado) - Universidade de Santa Cruz do Sul, 2017.

OPEN SOCIETY. **Latin America and the Caribbean.** 2020a. Disponível em: <<https://www.alaic.org/site/wp-content/uploads/2019/06/Libro-Escuela-de-Verano-ALAIC-2018-1.pdf>>. Acesso em: 30 maio 2020.

OPEN SOCIETY. **Program on Independent Journalism.** 2020b. Disponível em: <<https://www.opensocietyfoundations.org/who-we-are/programs/program-on-independent-journalism>>. Acesso em: 30 maio 2020.

ORTIZ, Renato **A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PACHI FILHO, Fernando Felício; BAROS, Janaína Visibeli; MOLIANI, João Augusto. Empreendedorismo e inovação nos novos arranjos produtivos jornalísticos. **15º Congresso da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo**. São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/740/356>>. Acesso em: 10 maio 2020.

PATRÍCIO, Edgard; BATISTA, Raphaele. Elementos de identidade jornalística em autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais. In: **15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, novembro de 2017, São Paulo. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/49067/1/2017_eve_epalmeidafilho.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2019.

PECQUEUR, Bernard. O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do sul. **Raízes**, Campina Grande, v. 24, n. 1-2, p.10-22, jan-dez 2005. Disponível em: <http://www.ufcg.edu.br/~raizes/artigos/Artigo_53.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2018.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Revista Galáxia**, n. 17, p. 131-146, jun. 2009. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2108>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

PETRY, Almiro. A democracia e os direitos humanos na América Latina. **Unisinos**, eixo: América Latina, 2008. Disponível em: <http://www.projeto.unisinos.br/humanismo/al/dem_dirhum.pdf>. Acesso em: 06 fev. 2020.

PORTO-GONÇALVES, Carlos Walter; QUENTAL, Pedro de Araújo. Colonialidade do poder e os desafios da integração regional na América Latina. **Polis**, n. 31, 2012. Disponível em: <<http://journals.openedition.org/polis/3749>>. Acesso em: 24 jan. 2020.

PROGRAMA ALIADOS. **Seja um aliado da Pública**. Disponível em: <<https://aliados.apublica.org/>>. Acesso em: 30 maio 2020.

QUIJANO, Aníbal. **Colonialidad del poder y clasificación social**. Journal of World-System Research. 2000. p. 342-386. Disponível em: <<http://www.ramwan.net/restrepo/poscolonial/9.2.colonialidad%20del%20poder%20y%20clasificacion%20social-quijsano.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2019.

QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In: LANDER, E. (ed.). **A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais**. Buenos Aires: Clacso, 2005, p. 227-278. Disponível em: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/sur-sur/20100624103322/12_Quijano.pdf>. Acesso em: 13 jan 2019.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RAMONET, Ignacio. A explosão do jornalismo na era digital. In: MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo: Boitempo, 2013.

REIS, Ruth; ZANETTI, Daniela. Comunicação e territorialidades: em torno do poder e da cultura. IN: REIS, Ruth; ZANETTI, Daniela (Orgs.). **Comunicação e territorialidade: poder e cultura, redes e mídias**. Vitória: EDUFES, 2017. p. 10-21.

REIS, Ruth. Desafios para um programa de estudos sobre comunicação e territorialidades. IN: REIS, Ruth; ZANETTI, Daniela (Orgs.). **Comunicação e territorialidade: poder e cultura, redes e mídias**. Vitória: EDUFES, 2017a. p. 22-34.

REIS, Mariana. Comunicar, resistir: um olhar sobre as práticas discursivas em rede do jornalismo independente no Brasil. **Voices & Diálogo**, v. 16, p. 193-204, 2017b. Disponível em: <<https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/9455>>. Acesso em 20 mar. 2019.

REQUEJO, José Luis. Periodismo de investigación sin ánimo de lucro en el Perú: IDL Reporteros. **Revista de comunicación**, v.10, p. 147-163, 2011. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3800488>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

RESENDE, Fernando. **The Global South: conflicting narratives and the invention of geographies**. 2019. Disponível em: <<https://www.ibraaz.org/essays/111#author331>>. Acesso em: 2 set. 2019.

RIBEIRO, Darcy. **A América Latina existe?** Rio de Janeiro: Fundação Darcy Ribeiro, Ed. UNB, 2010.

ROBINSON, JJ; GRENNAN, Kristen; SCHIFFRIN, Anya. **Innovation and the journalism Start-up**. Clumbia University School of International and Public Affairs. 2015. Disponível em: <<https://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2015/11/PublishingforPeanuts.pdf>>. Acesso em: 12 fev. 2020.

ROCHA, Paula Melani; DANCOSKY, Andressa Kikuti. A diversidade de representações da mulher na cauda longa do jornalismo independente sobre gênero. **Revista Chasqui**, v. 139, 2018. Disponível em: <<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3104>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

ROCHA, Simone; ROCHE, Fabio López de la. Temporalidades para pensar la contemporaneidad de lo no-contemporáneo. In: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura. **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero**. Quito: Ediciones Ciespal, 2019.

ROGERS, Everett M. **Diffusion of innovations**. New York: The Free Press, 1962.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. **História do jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.

RONSONI, Veneza Mayora. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: **XIX Compós**, 2010, Rio de Janeiro. Anais do XIX Encontro da Compós. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2010.

RONSONI, Veneza Mayora. **Mercadores de sentido**. Consumo, mídia e identidades juvenis. Porto Alegre: Sulina, 2007.

ROXO, Michelle; GROHMANN, Rafael; MARQUES, Ana Flávia. Lugares de enunciação e disputas de sentido em relação ao trabalho jornalístico em arranjos alternativo às corporações de mídia. In: **15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, novembro de 2017, São Paulo. Disponível em:

<<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/740/357>>.

Acesso em: 20 mar. 2019.

SALAVERRÍA, R. et al. A brave new digital journalism in Latin America. In: TUÑEZ-LÓPEZ, M. et al. (Org.). **Communication: innovation and quality**. Springer publishing company, 2019.

SALAVERRÍA, Ramón. Periodismo em 2014: balance y tendencias. **Cuadernos de Periodistas**, n. 29, p. 9-22, 2014a. Disponível em:

<<http://www.cuadernosdeperiodistas.com/periodismo-en-2014-balance-y-tendencias/>>.

Acesso em: 20 ago. 2019.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimídia: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João et al. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014b. Disponível em: <<https://goo.gl/BSNLMX>>. Acesso em: 28 ago. 2020.

SALAVERRÍA, Ramón. **Redacción Periodística en Internet**. Pamplona: EUNSA, 2005.

SANDOVAL, Marisol; FUCHS, Christian. Towards a critical theory of alternative media. **Tematics and Informatics**, v. 27, p. 141-150, 2009. Disponível em:

<http://fuchs.uti.at/wpcontent/uploads/2009/12/alt_media.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2019.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2014.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional**. São Paulo: HUCITEC, 1994.

SCHMITZ, Aldo Antonio. Classificação das fontes de notícias. **Bocci**, 2011. Disponível em: <<http://www.bocci.ubi.pt/pag/schmitz-aldo-classificacao-das-fontes-de-noticias.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2020.

SCHRAMM, Wilbur. **Comunicação de massa e desenvolvimento: o papel da informação nos países em crescimento**. Rio de Janeiro: Bloch, 1970.

SCHWAAB et al. Agência Pública e Repórter Brasil: narrativas não hegemônicas sobre o contemporâneo. In: **Encontro Nacional de História da Mídia**; 30 maio de 2013 a 1º jun 2013, Ouro Preto. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-alternativa/agencia-publica-e-reporterbrasil-narrativas-nao-hegemonicas-sobre-o-contemporaneo>>. Acesso em: 22 mar. 2019.

SEIBT, Tais. Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática de fact-checking no Brasil. **Tese** (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos**: Proposta de novos critérios de classificação. 1. ed. Covilhã: Labcom, 2009.

SEIXAS, Lia. Teorias de jornalismo para gêneros jornalísticos. **Galáxia**, n. 25, São Paulo, 2013. p. 165-179. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/10461/11396>>. Acesso em: 10 set. 2020.

SEMANA. **La Vanguardista**. 2011. Disponível em: <<https://www.semana.com/especiales/articulo/la-vanguardista/245643-3>>. Acesso em: 13 set. 2019.

SEMBRAMEDIA. **Punto de inflexión**: impactos, amenazas y sustentabilidad. Un estudio de los emprendedores digitais latinoamericanos. 2017. Disponível em: <https://www.omidyar.com/sites/default/files/file_archive/Inflection%20Point/Ponto%20de%20Inflexao.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2018.

SEMBRAMEDIA. **Punto de Partida**: enseñar para el periodismo del futuro. 2018. Disponível em: <<https://profesores.sembramedia.org/descarga-el-documento/>>. Acesso em: 10 maio 2020.

SEMBRAMEDIA. **Criterios**. 2020a. Disponível em: <<https://www.sembramedia.org/criterios/>>. Acesso em: 10 abr. 2020.

SEMBRAMEDIA. **CIPER Chile**. 2020b. Disponível em: <<https://www.sembramedia.org/medio/ciper-chile/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

SEMBRAMEDIA. **IDL-Reporteros**. 2020c. Disponível em: <<https://www.sembramedia.org/medio/idl-reporteros/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

SEMBRAMEDIA. **Chequeado**. 2020d. Disponível em: <<https://directorio.sembramedia.org/chequeado/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

SEMBRAMEDIA. **Ojo Público**. 2020e. Disponível em: <<https://www.sembramedia.org/medio/ojopublico/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

SEMBRAMEDIA. **El Surtidor**. 2020f. Disponível em: <<https://www.sembramedia.org/medio/el-surtidor/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

SEMBRAMEDIA. **Organizaciones donantes**. 2020g. Disponível em: <<https://www.sembramedia.org/organizaciones-donantes/>>. Acesso em: 30 maio. 2020.

SERRANO, Pascual. Outro jornalismo possível na internet. In: MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos de jornalismo e mídia**, Florianópolis: Insular, v.2, n.1 p. 104-105, 2005, 1º semestre de 2005.

SILVA, Gislene; MAIA, Flávia Dourado. Análise e cobertura jornalística: um protocolo metodológico. **Rumores**, edição 10, ano 5, julho-dezembro de 2011. p. 18-36. Disponível em: <http://www.rumores.usp.br/pdf/rumores10_2_gislene_flavia.pdf>. Acesso em: 31 ago. 2020.

SILVA, Mariana Rosa. Tensões entre o alternativo e o convencional: organização e financiamento nas novas experiências de jornalismo no Brasil. 2017. 396f. **Dissertação** (Programa de Pós-Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/185627>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

SILVERSTONE, Roger. **¿Por qué estudiar los medios?**. Amorrortu Editores: Buenos Aires, 2004

SIMÃO, Guilherme de Oliveira. Como financiar o jornalismo investigativo: o caso das organizações sem fins lucrativos. In: **II Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo**, Morumbi, 2 a 4 de julho de 2015. Disponível em: <https://www.abraji.org.br/seminario/PDF/2/guilherme_simao.pdf>. Acesso em: 20 mar 2019.

SOUZA, Vitor Hélio Pereira de; SILVEIRA, Márcio Rogério. América Latina: cinco séculos em busca de integração. **Revista Formação**, São Paulo, v. 1, n. 21, p. 42-71, 2014. Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/formacao/article/view/2763/2552>>. Acesso em: 13 maio 2018.

SUBEDITOR EDITORIAL DE NÓMADA. **El periodismo independiente en Nómada**. Entrevistadora: V. C. Oliveira. 2019. Arquivo de áudio digital (mensagem eletrônica). Entrevista concedida à pesquisa A configuração da forma do jornalismo independente nos territórios latino-americanos.

SUDESTADA. **¿Qué es Sudestada?**. 2020a. Disponível em: <<https://www.sudestada.com.uy/10920/Quienes-somos>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

SUDESTADA. **UPM abandona proyectos en Finlandia por beneficios superiores en Uruguay**. 2020b. Disponível em: <https://www.sudestada.com.uy/articleId__31a01862-7b1f-4e62-98e4-27a6f79c9277/10893/Detalle-de-Noticia>. Acesso em: 06 set. 2020.

TAVARES, Luisa. O jornalismo das periferias de São Paulo entre a experimentação e a atualização de práticas convencionais. **Dissertação** (Mestrado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

THE INTERCEPT BRASIL. **Staff**. 2020. Disponível em:
<<https://theintercept.com/brasil/staff/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

THEIS, Ivo. O que é desenvolvimento regional? Uma aproximação a partir da realidade brasileira. **Revista Redes**, v. 24, n. 3, p. 334-360, set/dez 2019. Disponível em:
<<https://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/view/13670>>. Acesso em: 20 set. 2019.

TOALDO, Mariângela; JACKS, Nilda. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: XXII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2013, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: Compós, 2013. Disponível em:
<http://www.compos.org.br/data/biblioteca_2115.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2020.

TORO, Perla. A la hora de crear un emprendimiento digital tenga en cuenta. In: MORELO, Ginna Piedad. **La babel digital: pistas para un periodismo emprendedor**. Consejo de Redacción, Bogotá: 2018.

TRANSPARÊNCIA INTERNACIONAL. **Corruption Perceptions Index**. 2019. Disponível em: <<https://www.transparency.org/en/cpi/2019>>. Acesso em: 10 jan. 2020.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística**. Florianópolis: Insular, 2005.

VAN DER HAAK, Bregtje; PARKS, Michael; CASTELLS, Manuel. The future of journalism: networked journalism. **International Journal of Communication**, n. 6, 2012, p. 2923-2938. Disponível em: <<https://www.ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/1750/832&hl=ptBR&sa=X&scisig=AAGBfm2Pt2RumfiNOYz8o4yF5w7Qpb7Ryw&noss=1&oi=scholar>>. Acesso em: 14 jul. 2020.

VÁZQUEZ, Salvador de León. Esquemas de financiamiento del ciberperiodismo mexicano independiente. XIV Congreso de la Asociación latinoamericana de investigadores de la comunicación, **memorias**, Costa Rica, 2018. Disponível em:
<<http://alaic2018.ucr.ac.cr/sites/default/files/2019-02/GT%2016%20-%20%20ALAIC%202018.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2020.

VIZEU, Alfredo. O newsmaking e o trabalho de campo. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Márcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

WILLIAMS, Raymond. Culture is ordinary. In: WILLIAMS, Raymond. **Resources of hope: Culture, Democracy, Socialism**. London: Verso, 1989, p. 3-14.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1979.

WILLIAMS, Raymond. **Television: technology and cultural form**. London: Routledge, 1990.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 10. ed. Lisboa: Presença, 2009.

XAVIER, Aline Cristina Rodrigues. Agência Pública: espaços, atores, práticas e processos em reconfiguração na produção de investigações. 2015. 172f. **Dissertação** (Programa de Pós-Graduação em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em:
<<https://repositorio.unb.br/handle/10482/18339>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

APÊNDICE A - Roteiro de entrevista com jornalistas

- - Cuéntame un poco sobre la iniciativa donde trabajas. ¿Cuándo se fundó? ¿Por quién?
¿Por qué?
- ¿Cómo es el periodismo que practican?
- ¿Qué los distingue de los medios tradicionales?
- ¿Cómo son las rutinas de trabajo? Pautas, sondeo, fuentes, angulación, texto.
- ¿Cómo se mantiene financieramente?
- ¿Qué instituciones / grupos contribuyen financieramente?

APÊNDICE B - Roteiro para entrevista com a *Fundación Gabo*

- Me gustaría de escucharte sobre el trabajo de la *Fundación Gabo* en todos esos casi 25 años.
- ¿Tú crees que la *Fundación* ayudó a impulsar las experiencias de periodismo nativo digital/independientes?
- Además de los talleres y del premio, ¿con qué más trabaja la fundación?
- Hace poco la *Fundación* cambió el nombre. ¿Qué significaba para Gabo el nuevo periodismo? ¿Es una expresión que se ha actualizado?
- ¿Tu conoces otras organizaciones, o fundaciones, como la *Fundación Gabo*, que hacen trabajos así, de apoyo al periodismo en la región?

APÊNDICE C - Roteiro de entrevista com representante da Open Society

- Para empezar, me gustaría de escucharte sobre tu experiencia con *Verdad Abierta*.
- Ahora tú estás en la dirección del *Centro Latino Americano de Investigación Periodística*, que ya me parece tener otra proposición, que es de la colaboración, ¿sí?
- ¿*CLIP* también es un proyecto independiente?
- Más allá de tu experiencia, me parece que eres cercana de esos medios dichos independientes. ¿Cómo caracterizas el llamado periodismo independiente?
- ¿Y sobre la independencia de fondos?
- ¿Tú crees que el periodismo independiente establece otra agenda en Latinoamérica, distinta de lo que hace los medios tradicionales?
- Para esos nuevos medios independientes me parece que el gran reto es la gestión y la financiación, ¿no?
- Cuéntame un poco sobre tu trabajo con *Open Society*. ¿Cómo es estar del otro lado?
- ¿La gente busca aporte con *Open Society* o también pasa el contrario?
- ¿Cuál es la agenda de *Open Society*? (para tener ganas de aportar plata a esos medios).