As relações de comunicação e as condições de produção no TRABALHO DE JORNALISTAS em arranjos econômicos ALTERNATIVOS às corporações de mídias

Roseli Figaro
(organizadora)
Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho

2018

As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia

As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia

Communication relationships and production conditions in journalists' work at economic alternative arrangements to the media corporations

RESPONSÁVEL: PROF. DRA. ROSELI FIGARO

RELATÓRIO FINAL PROJETO DE PESQUISA

FAPESP PROCESSO 2016/ 06992-3

Vigência: AGO/2016 A AGO/2018



Centro de Pesquisa
Comunicação e Trabalho

ECA-USP
2018

Está autorizada a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Projeto com apoio financeiro da Fundação de Apoio à Pesquisa no Estado de São Paulo, processo n. 201606992-3

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

R382 As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia / Roseli Figaro (Org.). – São Paulo: ECA-USP, 2018.
245 p.

ISBN 978-85-7205-226-9

1. Jornalistas 2. Jornalismo como profissão 3. Comunicação 4. Trabalho 5. Jornalismo alternativo 6. Jornalismo independente I. Figaro, Roseli

CDD 23.ed. – 070.4
Elaborado por: Alessandra Vieira Canholi Maldonado CRB-8/6194

Pesquisa aprovada pelo Comitê de Ética da EACH-USP (5390)
CENTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E TRABALHO
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação

Pesquisa do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho

Coordenação
Profa. Dra. Roseli Figaro

Pesquisadores associados
Profa. Dra. Claudia Nonato Lima
Prof. Dr. Fernando Felício Pachi Filho
Prof. Dr. Rafael Nascimento Grohmann

Membros pesquisadores
Ana Flávia Marques – mestranda, PPGCOM ECA/USP
Mestre Camila Acosta Camargo
Jamir Osvaldo Kinoshita – mestrando, PPGCOM ECA/USP
Janaina Visibeli Barros – doutoranda, PPGCOM ECA/USP
João Augusto Moliani – doutorando, PPGCOM ECA/USP
Profa. Dra. Michelle Roxo de Oliveira
Naiana Rodrigues – doutoranda, PPGCOM ECA/USP
Mestre Olivia Bulla

Bolsistas de Iniciação Científica
Amanda Cordeiro da Silva – graduanda em Publicidade e Propaganda ECA-USP, bolsa CNPq
Matheus Henrique Hmeliowsky – graduando Relações Públicas ECA-USP, bolsa Programa USP
Sabrina Fernandes da Silva – graduanda em Publicidade e Propaganda ECA-USP, bolsa PIBIC

Agradecimentos do CPCT

À Fapesp pelo apoio ao Projeto
Ao CNPq e à USP pelas bolsas de Iniciação Científica
Aos entrevistados e aos membros dos novos arranjos do trabalho do jornalista
Aos alunos e pesquisadores com os quais temos dialogado e trocado preocupações

APRESENTAÇÃO

Este é o Relatório dos resultados da pesquisa "**As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**". Estudo realizado pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, entre os anos 2016 e 2018, com o aporte financeiro da Fundação de Apoio à Pesquisa no Estado de São Paulo - FAPESP.

É uma pesquisa desenvolvida coletivamente por um conjunto aguerrido de pesquisadores pós-doutores, doutores, mestres, doutorandos, mestrandos e bolsistas de iniciação científica, os quais tivemos a honra de coordenar nesse percurso.

O Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, CPCT, da ECA-USP tem uma trajetória de estudos sobre o mundo do trabalho a partir da comunicação. O trabalho dos comunicadores vem sendo investigado pelo CPCT desde a primeira década dos anos 2000; e, especificamente, a situação de trabalho dos jornalistas já foi objeto de pesquisa que resultou no livro *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista* (2012).

O estudo atual trata dos novos *arranjos* do trabalho dos jornalistas fora das grandes empresas de comunicação. As questões que nos orientam são: como os jornalistas organizados em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia sustentam sua autonomia no trabalho? Como esses jornalistas mobilizam os dispositivos comunicacionais a seu dispor para instituir novas prescrições para o trabalho jornalístico?

Como trabalhar em prol do jornalismo no qual se acredita sem interferência de interesses comerciais?

Os resultados aqui reportados mostram o esforço, a dedicação e as agruras do trabalho de jornalistas. São profissionais que criam viabilidades para exercer o jornalismo comprometido com o bem comum, para além dos interesses econômicos. Têm diferentes linhas editoriais, se organizam de distintas maneiras e reinventam rotinas produtivas para exercer o jornalismo, apropriando-se dos recursos das tecnologias digitais. A prática deles suscita muito interesse e provoca reflexões sobre os novos caminhos do trabalho jornalístico.

Esperamos que os resultados aqui apresentados possam colaborar para buscar soluções para os dilemas com os quais nos deparamos no mundo do trabalho. Dilemas que extrapolam a urgência das soluções necessárias para uma categoria profissional e se espalham pela sociedade como questão a ser enfrentada por todos nós.

Nosso esforço é no sentido de indicar que as Ciências da Comunicação, a partir da abordagem de comunicação e trabalho, pode contribuir nesse enfrentamento.

RESUMO

Este relatório de pesquisa tem o objetivo geral de apresentar o processo de investigação desenvolvido durante dois anos para analisar as relações de comunicação e as condições de produção no trabalho jornalístico em arranjos econômicos 'alternativos' às grandes corporações de mídia. Esse objetivo geral sinaliza os seguintes problemas de pesquisa: Como os jornalistas organizados em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia sustentam sua autonomia no trabalho? Como os jornalistas organizados em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia mobilizam os dispositivos comunicacionais a seu dispor para instituir novas prescrições para o trabalho jornalístico? As prescrições formuladas nesses arranjos econômicos alternativos instituem relações de comunicação mais democráticas e compartilhadas no processo de trabalho? A metodologia desta pesquisa exploratória (GIL, 2008) adota a triangulação de métodos (FIGARO, 2014; DENZIN; LINCOLN, 2006, JANKOWSKI; WESTER, 1993) em duas fases: a primeira faz o levantamento de arranjos econômicos jornalísticos 'alternativos' a corporações de mídia na cidade de São Paulo, por meio da técnica da bola de neve (*snowball)* (BALDIN; MUNHOZ, 2011), para a construção da amostra não probabilística. Esse levantamento identifica e classifica as características desses arranjos e verifica a possibilidade de uma constante que permita revelar perfis de negócios para, na segunda fase, por meio de entrevistas e grupos de discussão entender os processos de trabalho, as rotinas produtivas, as formas de sustentação, as relações de comunicação entre os profissionais na produção do seu trabalho. Como resultado, obteve-se um quadro característico do perfil desses arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia e verificou-se a fragilidade da maioria deles em se estabelecer com autonomia financeira. No entanto, há um forte apego ao trabalho jornalístico e à clássica missão do fazer jornalístico vinculada à informação para o bem-comum, para a democracia. Há nesses arranjos forte compromisso com o trabalho na área e esse compromisso impulsiona iniciativas organizacionais e produtivas novas e criadoras de um ambiente que resiste às dificuldades

econômicas, à violência, à vigilância de organismos e forças do *stablishment*. Esses arranjos são espaços de aprendizado e de trabalho coletivo e solidário, embora em condições precárias, extenuantes e sem remuneração. Vislumbramos que é possível implementá-los de maneira economicamente viável para a empregabilidade de jovens jornalistas e também para a oferta de temas e informações de fontes alternativas à população, compromisso maior com a democracia. Essa viabilidade de sustentação pode ser viabilizada com políticas públicas e/ou de incentivo aos arranjos jornalísticos locais.

Palavras-chave: comunicação e trabalho; jornalista; arranjos econômicos; jornalismo independente; relações de comunicação.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....15

1. CONCEITUANDO OS ARRANJOS ECONÔMICOS ALTERNATIVOS 17

2. OBJETIVOS, PROBLEMA E JUSTIFICATIVA DA PESQUISA 21

2.1. Objetivos.....21

2.2. Problemas.....21

2.3. Justificativa.....21

3. METODOLOGIA.....31

3.1. A pesquisa bibliográfica e a nucleação das categorias de classificação.....38

3.2. A fase de entrevistas e grupos de discussão 52

4. OS DADOS E OS RELATOS DA PESQUISA.....60

4.1. Perfil dos arranjos do trabalho jornalístico 60

4.2. Relato da etapa das entrevistas e grupos de discussão ..77

4.2.1. As entrevistas 77

4.2.2. Grupos de discussão 104

5. INTERPRETANDO OS RESULTADOS NA PERSPECTIVA DA ABORDAGEM DE COMUNICAÇÃO E TRABALHO.....123

5.1. Os arranjos de mídia alternativos e suas redações virtuais 129

5.1.1. Redações virtuais e relações de comunicação e trabalho.....132

5.1.2. O uso das TICs.....137

5.2. O trabalho revela os valores do jornalismo 142

5.2.1. As condições de produção do discurso do jornalismo independente e alternativo 144

5.2.2. A apuração e a reportagem como ethos que identifica o profissional.....146

5.2.3. Reforçando o sentido de independência.....154

5.2.4. O jornalismo alternativo se identifica como de contraposição aos conglomerados de mídia.....161

5.3. O jornalismo como voz da periferia.....167

5.3.1. Breve histórico e organização das três iniciativas 168

5.3.2. Periferia: reflexões acerca do termo 169

5.3.3. Periferia como lugar de enunciação 170

5.3.4. Periferia e identidade profissional 173

5.4. Os novos arranjos e as questões de gênero 185

5.5. O dilema da sustentação dos novos arranjos do trabalho do jornalista 196

5.5.1. Novos 'arranjos econômicos'? 201

5.5.2. Formas de financiamento: Fundação Ford.....210

6. CONCLUSÕES.....221

7. REFERÊNCIAS.....231

8. OUTROS MATERIAIS PRODUZIDOS PELA PESQUISA.....241

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES.....243

INTRODUÇÃO

Essa pesquisa tem a perspectiva teórica que trata de comunicação e trabalho a partir da compreensão do entrelaçamento desses dois conceitos – consubstanciado na atividade humana, em conformidade com a ontologia do ser social (MARX, ENGELS, 2007; LUKÁCS, 2012), e o conceito de Ergologia, tratado por Yves Schwartz (SCHWARTZ, DURRIVE, 2007). Tais aproximações estão sendo realizadas desde Figaro (2008) no sentido de se sobrelevar a importância do trabalho, entendendo-o como atividade humana sempre criadora e produtora de bens (materiais, imateriais, afetivos, de cuidados etc.), e renormalizadora das prescrições e normas antecedentes: fatores que dão ao trabalho a centralidade para se compreender as relações de comunicação.

Os novos *arranjos* econômicos do trabalho dos jornalistas são uma possibilidade de arranjar, isto é, de organizar o trabalho de forma alternativa e independente aos conglomerados de mídia e são o foco de nossa pesquisa. A experiência desses *arranjos* está sendo observada por inúmeras instituições de diferentes perfis: universidades, fundações, bancos, conglomerados de mídia, porque todos sabemos do potencial que eles têm em relação ao que se projeta para o futuro do trabalho no jornalismo.

Tendo em vista a enorme diversidade e relevância desses novos produtores de jornalismo, destacados nacionalmente a partir das manifestações de 2013, é que se justifica a compreensão mais aprofundada de sua existência. Deste modo, apresentamos neste relatório os objetivos, problemas de pesquisa, metodologia e resultados compilados até o momento desta pesquisa com aportes da Fapesp, processo 2016/06992-3. A pesquisa também foi aprovada pelo Comitê de Ética EACH-USP (5390) CAAE – 84485817.0.0000.5390 versão 2.

1. CONCEITUANDO OS ARRANJOS ECONÔMICOS ALTERNATIVOS

O dicionário Houaiss da Língua Portuguesa trata o substantivo "arranjo" como "(1) ato ou efeito de arranjar, de pôr em ordem; (2) disposição ou colocação com propósito estético através da harmonia dos elementos; (3) ordem, harmonia, conforto no cotidiano; (4) situação ou circunstância planejada, ordenada;(...)" (HOUAISS, 2001, p.296). Arranjar é pôr em ordem a partir de determinados fatores, buscando potencializar a energia própria, a disposição e a vontade. Assim, o arranjar está na ordem e na desordem de sentidos em movimento. Na Indústria Cultural, os métodos e processos são sistêmicos e ordenam a produção artística, intelectual, cultural em consonância com a ordem econômica estabelecida. Tudo que está fora dessa lógica sistêmica é corroído, substituído, anulado. A crise do modelo de empresa jornalística, a destruição de postos de trabalho e a reestruturação dos processos produtivos colocam em xeque (desarranjam) o futuro do exercício da profissão de jornalista e o jornalismo como o conhecemos.

Os *arranjos* de trabalho de jornalistas são a face reveladora desses dilemas, mas também a face da atividade humana que é sempre criativa e vai buscando soluções para seus problemas concretos, resistindo às incongruências e às lógicas do próprio sistema econômico e político. Como forma de sobrevivência na profissão, como alternativa para a realização profissional e cidadã que os grandes conglomerados de mídia não podem oferecer, profissionais do jornalismo organizam-se, formam coletivos,

associações, pequenas empresas e outras formas criativas de organização para poderem trabalhar.

Conquanto haja visível distanciamento e especificidade sobre o que se denomina aqui de novos *arranjos* econômicos do trabalho do jornalista, e o que a literatura da área econômica consagra como arranjos produtivos locais (APL) (SUZIGAN, 2004), identificam-se, em alguns aspectos, possibilidades de aproximações entre eles. Visto que, efetivamente, a destruição de postos de trabalho faz com que os desempregados e/ou desiludidos do emprego busquem *arranjar-se* em grupos exercendo sua atividade profissional de forma autônoma. Há regiões mais propícias para a viabilidade dessas iniciativas devido, no caso da comunicação, ao contato com estruturas que permitam o desempenho profissional.

Na teoria econômica, o professor Wilson Suzigan (2004, p. 545) explica que os *arranjos econômicos* podem ser definidos na tradição dos estudos italianos de maneira sintética como: "aglomerações produtivas cujas articulações entre agentes locais não são suficientemente desenvolvidas para caracterizá-los como sistemas". Essa noção vem de experiências de regiões italianas (da média Itália), estudadas por Mauro Lombardi e outros, sobretudo, as relações de apoio, troca de experiências que se estabeleceram entre organizações (micro e médias) naquela região. Já a Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais – RedSist, segundo Suzigan, prefere definir os arranjos produtivos locais (APL) como "aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais — com foco em um conjunto específico de atividades econômicas — que apresentam vínculos mesmo que incipientes."; ou então, como "sistemas produtivos e inovativos locais (...) em que interdependência, articulação e vínculos consistentes

resultam em interação, cooperação e aprendizagem, com potencial de gerar o incremento da capacidade inovativa endógena, da competitividade e do desenvolvimento local." (idem).

As metodologias para identificar os APLs são diversas. Entre elas, o índice de GINI e as informações sobre empregabilidade disponibilizadas pela RAIS (Relação Anual de Informações Sociais) permitem a geolocalização de esforços produtivos nas diferentes regiões e a visualização de como se aglutinam e se relacionam, bem como se os dados identificam a *expertise* econômica de uma região e seu potencial de empregabilidade. Não é o caso nem a metodologia aqui aplicada. Mas é produtiva a ideia de que os novos *arranjos* econômicos do trabalho do jornalista podem se configurar, na região da Grande São Paulo, em uma rede de troca de experiências, apoios e solidariedade em prol da produção de um serviço fundamental para a democracia em nossa sociedade. Podem, com isso, comprovar que o jornalismo está para além das estruturas e lógicas dos grandes conglomerados de mídia.

O conjunto dessas forças produtivas pode ser colocado a serviço da sociedade desde que esses profissionais se organizem para conquistar o direito de trabalhar com dignidade e produzir informação de qualidade para os cidadãos. A nomeação dessa possibilidade de organização de *novos arranjos econômicos do trabalho do jornalista* (FIGARO, 2016, 2017, 2018) é um deslocamento da definição original (LOMBARDI, 2003a; SUZIGAN, 2004) com a intenção de destacar a possibilidade de que micros e pequenas empresas, organizações não governamentais, organizações da sociedade civil, coletivos e outros grupos de trabalhadores da comunicação e do jornalismo possam representar efetiva alternativa de trabalho

(empregabilidade) e de produção de um serviço de qualidade por seus vínculos e compromissos com a democratização dos meios de comunicação e com a sociedade.

Também aqui deixamos explícita nossa intenção de apontar a necessidade de políticas públicas que garantam a existência de *arranjos* locais do trabalho do jornalista como forma objetiva de proporcionar à população o direito à informação garantido na Constituição Federal.

2. OBJETIVOS, PROBLEMA E JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

2.1. Objetivos

O objetivo desta pesquisa é analisar as relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos 'alternativos' às grandes corporações de mídia. Os objetivos específicos que se pretendem alcançar são: analisar a viabilidade das formas de sustentação desses 'arranjos econômicos alternativos' bem como discutir o que se entende por 'alternativo/independente' no âmbito do fazer jornalístico.

2.2. Problemas

Esses objetivos sinalizam os seguintes problemas: como os jornalistas organizados em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia sustentam sua autonomia no trabalho? Como esses jornalistas mobilizam os dispositivos comunicacionais a seu dispor para instituir novas prescrições para o trabalho jornalístico?

2.3. Justificativa

Partiu-se de resultados de investigações anteriores sobre o trabalho do jornalista em pesquisas que foram realizadas pelo CPCT[1] com apoio da

[1] *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista*, livro publicado em 2013 em português e, em 2015, em espanhol pela Universidade Aberta de Barcelona, Espanha. Dois de seus autores, Nonato e Grohmann, também desenvolveram

Fapesp e cujos resultados estão publicados em livros e artigos. O resultado simplificado é de que o mundo do trabalho do jornalista mudou na forma de organizar as rotinas produtivas, na forma de organização da empresa jornalística e também na forma do resultado produzido (FIGARO, NONATO, GROHMANN, 2013). Cada uma dessas alterações suscita perguntas sobre o que acontece com o jornalista, o que é e como se faz jornalismo hoje e como se fará no futuro?

Na América Latina, as incertezas causadas pela concentração da mídia, pela reestruturação produtiva e pela convergência de meios formaram o cenário que resulta na chamada crise do jornalismo ou crise do trabalho do jornalista[2]. Em *Sociedad de la Información y el Conocimiento* (2004), organizado pela pesquisadora mexicana Dellia Crovi Druetta, está o capítulo em que a professora Florence Toussaint Alcaraz, investigadora da Universidade Nacional do México, trata da situação dos meios de comunicação em seu país desde o início da década de 1990. Ela desenha o cenário de concentração dos meios, sobretudo das emissoras de radiodifusão, e salienta que semelhante situação se estende para a Internet, cuja forma de organização e sustentação parece repetir a lógica de

junto ao Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da ECA-USP uma pesquisa da qual derivaram duas dissertações de mestrado.

[2] Essas afirmações baseiam-se em diferentes pesquisas desenvolvidas sobre o tema na América Latina. Entre as inúmeras contribuições para compreendermos a concentração e os oligopólios de mídia na América Latina, podemos citar: Brittos, V.C. Economia política da comunicação. Convergência tecnológica e inclusão digital, 2011; Mastrini, G., Becerra, M. Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina, 2006. Becerra, M. Mastrini, G. Cincuenta años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala 2001. Guillermo Mastrini y César Bolaño (Editores), Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina. Hacia una Economía Política de la Comunicación, 1999. Lima, V. Mídia: Teoria e Política, 2001.

concentração nas mãos de grandes empresários. Esse alerta foi feito no final de 2004 e, atualmente, o diagnóstico da pesquisadora está confirmado. Na ocasião, Alcaraz afirmava:

> La red digital vino a constituirse como una extensión de la industria informativa. (…) Las grandes empresas televisivas se han expandido a través de Internet al formar portales que agrupan varias páginas y que ofrecen servicios de venta de productos, de conexión a la red, de correo electrónico, chat, mensajes y en algunos casos de bancos de datos e información de años atrás. (2004, p. 363)

A análise feita pela pesquisadora não é uma realidade restrita ao México. É um fato extensivo a todo o continente. A concentração de empresas antes analógicas, agora digitais, se manifesta na Internet alterando o perfil das empresas e de seus proprietários, os fluxos de captação de dados e a publicidade. A especificidade é que a migração da publicidade para o espaço digital se faz de forma mais direcionada, fragmentada e verticalizada, mudando a lógica tradicional de abordagem do público leitor/telespectador. Os nichos encapsulados em temas de interesse específico são aglutinados a partir dos dados coletados pela rede mundial. Esses dados não são necessariamente capturados e organizados pelas empresas tradicionais de mídia. Há novos personagens na cena. Empresas como Google e Facebook possuem controle sobre as informações que podem gerar perfis específicos de público e direcionar o interesse publicitário. Se em 2004 (p. 364) Alcatraz afirmava que "en términos econômicos, la red no ha encontrado aún una forma confiable de financiamiento, por lo cual como negocio es muy frágil", podemos verificar que, passados mais de dez anos, vem se

consolidando a concentração de verba publicitária e de informação de dados de perfis de público nesses dois grandes conglomerados internacionais.

Para Alcaraz (ídem), a "independencia y autonomía de crecimiento dependerá de que se ponga en operación una forma de allegarse recursos suficientes y sin demasiadas variaciones". Essa forma, até o momento, constitui-se na operação de estabilidade da rede via adoção da lógica de métricas que beneficiam o monopólio globalizado.

Ao se sustentar a rede pela precificação dos dados, por um lado ampliou-se a mobilidade, a praticidade e o acesso à Internet a bilhões de pessoas e, por outro lado, o potencial transformador e emancipatório dos prováveis usos dessa tecnologia tem sido domesticado pelos algoritmos que orientam os negócios na rede.

Eli Pariser, em seu livro *O filtro invisível* (2012), explica como a racionalidade comercial de captura das informações e a organização delas em função de métricas de publicidade acabam por segregar os públicos e seus interesses. Fato esse que, conforme nos chama a atenção o autor, age contrário ao fundamento democrático em que se baseia o jornalismo: viabilizar informações para fortalecer os espaços públicos nos quais os diferentes interesses e pontos de vista poderiam se encontrar para criar processos civilizatórios de convívio em comum. As "bolhas" na Internet segregam interesses, criando nichos de públicos, uns não se relacionando com outros, inviabilizando o espaço cidadão diversificado de trocas civilizatórias.

As "bolhas" de perfis e informações corroboram o potencial de crise econômica e de identidade do jornalismo contemporâneo. A lógica econômica na organização do espaço digital dificulta o exercício da

potencialidade da Internet como motor de ampliação de vozes e de acesso às informações.

Corroborando as preocupações de Pariser, mas pelo viés do negócio do jornalismo, a publicação Cuadernos de Periodistas, n. 36, jul. 2017, da Associação de Prensa de Madri, em editorial da diretora Victoria Prego (*El periodismo ante sus dos mayores amenazas*) registra que duas grandes ameaças ao jornalismo tradicional são: os mecanismos de desinformação programada (também chamados de *fake news*) e o descenso das fontes tradicionais de financiamento. Para isso, Prego afirma que:

> Han tenido un papel determinante las plataformas tecnológicas que, como Google, Facebook y otras, se han convertido en potentes distribuidores de las noticias de actualidad y, al mismo tiempo, en receptores de gran parte de los ingresos publicitarios que en otro tiempo constituían el soporte financiero esencial de los medios de comunicación. (2017, p. 6)

Ou seja, as lógicas que prevalecem no direcionamento das estratégias das empresas de plataformas digitais aprofundam a concentração de recursos e o controle de gerenciamento de informações e de circulação das mesmas. Essas estratégias tornam obsoletas as estruturas empresariais anteriores, fazendo com que haja ainda maior concentração dos negócios, do dinheiro e das decisões sobre as informações que circulam no mundo. A conexão entre os conglomerados privilegia aquele que controla a tecnologia.

Sem dúvida, esse diagnóstico é um sério risco para a democracia. Estamos passando por momentos difíceis com relação aos valores democráticos e humanistas. Conforme apontou Eli Pariser (2012), os algoritmos que direcionam a formação de *bolhas* de interesses, de filtros de

perfis, têm redundado no dramático retrocesso[3] dos valores sociais em todo o mundo e privilegiado a concentração ainda maior de riquezas e conhecimentos.

Em consonância com a racionalidade econômica empresarial que prevalece na rede, o uso que se faz da tecnologia acaba por expulsar do mercado de trabalho contingentes de profissionais da comunicação, grande parte deles jornalistas. As relações contratuais tornam-se cada vez mais precárias (ANTUNES, 2018) e mesmo insustentáveis, fazendo do local de trabalho um ambiente de sofrimento (REIMBERG, 2015). A "servidão digital", a que se refere Antunes (2018), consome e acelera o tempo do trabalho, destrói o emprego e os direitos sociais. No caso das empresas jornalísticas, a redução das equipes de profissionais impele para a impossibilidade de produção de material de qualidade, ocasionando, muitas vezes, problemas na apuração e na execução confiável do produto jornalístico (CHRISTOFOLLETI, 2010).

Sobre a questão do emprego, em diferentes países as demissões se repetem. A redução de postos de trabalho nas redações de periódicos (impresso, rádio e TV) mostram as consequências para os profissionais também nos Estados Unidos. O quadro abaixo expõe o número crescente de demissões nos principais órgãos da imprensa naquele país.

[3] Exemplos recentes são os métodos de propaganda eleitoral, utilizados no EUA e no Brasil, controlados por aportes gigantescos de recursos direcionados a aplicativos das redes sociais que, a partir do desenho dos perfis das bolhas de indivíduos, direciona e manipula, por meio de algoritmos, mensagens (muitas vezes falsas) direcionadas a públicos específicos. As instituições não têm regulação para essas ações ou seus agentes não têm interesses em regular.

Tabela 1: Redução do emprego nos principais diários dos EUA (2011)

EMPRESAS	2011	2010	%
Gannett Co.	20.900	22.400	-6,70%
McClatchy Co.	6.880	7.773	-11,50%
New York Times Co.	7.273	7.414	-2,00%
Washington Post Co.	1.911	2.002	-5,00%
Lee Enterprises	5.700	6.098	-6,50%
A.H. Belo	1.900	2.200	-13,60%
E.W. Scripps	2.800	3.000	-6,70%
Media General	4.200	4.650	-9,70%
TOTAL	**51.564**	**55.537**	**-7,20%**

Fonte: Securities and Exchange Commission (SEC), Gobierno de EEUU.Vía: http://www.mediapost.com/publications/article/171457/big-newspaper-publishers-cut-work-force-7-in-2011.html[4]

Na Espanha foram mais de seis mil postos de trabalho de jornalistas que se perderam nos últimos anos (SALAVERRÍA, 2012, p.3). No Brasil, segundo pesquisa do site Volt Dat Lab, em *Um panorama sobre demissões de jornalistas nas redações do Brasil desde 2012*, temos, entre 2012 e agosto de 2017, 1.896 demissões de jornalistas e 6.153 demissões de trabalhadores em empresas de mídia no país[5]. Somente a Editora Abril, entre 2017 e 2018, demitiu mais de mil trabalhadores, entre os quais jornalistas da maioria das revistas que deixaram de circular. Segundo o jornal digital Diário do Centro do Mundo, DCM, "seriam poupadas apenas as revistas Veja, Exame e

[4] Extraído de Ramón Salaverría, Medios y periodistas, ¿un futuro compartido?. Cuadernos de Comunicación, Evoca. Jun., 2012. Disponível em: http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos7.pdf Acesso em: 16/08/2018.

[5] Disponível em http://passaralhos.voltdata.info/index.html, acesso em: 16/08/2018

Claudia" (DCM, 1/07/2018). Em agosto de 2018, mais 50 jornalistas foram demitidos da Editora Abril e outros tantos títulos de publicações acabaram encerrados. A saúde da empresa tem diagnóstico negativo da Price Waterhouse Coopers. No entanto, a família Civita, que fundou e dirigiu a empresa até julho de 2018 e ainda é a principal acionista da empresa, continua como a 11ª. mais rica do país, com uma fortuna avaliada em US$ 3,3 bilhões.

O modelo econômico de capitalismo informacional e financeiro (SODRÉ, 2014), que se estabelece com a reestruturação produtiva, aprofunda a concentração de renda, destrói os direitos sociais e trabalhistas, maximiza a privatização de todos os serviços sociais, reduz o Estado e joga milhões de pessoas no desemprego, no desalento, obrigando-as a migrações permanentes. Não é diferente no que diz respeito ao trabalho na comunicação e, mais especificamente, no jornalismo.

A perspectiva do emprego para os jornalistas em empresas tradicionais vai se esvaindo. Por outro lado, o ferramental tecnológico mais leve, móvel e mais barato permite ensaios sonhadores desses demitidos e de novos profissionais jornalistas que chegam ao mercado de trabalho. Além da necessidade concreta de viabilizar o próprio trabalho, o jornalista sonha poder trabalhar sem as injunções da voz do patrão e das imposições do mercado publicitário. Para isso, recorre à possibilidade de construir novos meios de comunicação jornalísticos (LIMA, 2015). Sites e blogs aparecem como possibilidade de produção de um jornalismo independente e alternativo.

Esses profissionais são movidos pela necessidade e pelo sonho de fazer um bom trabalho jornalístico. O trabalho é atividade humana, na qual

o ser se expressa como *corpo si* (SCHWARTZ, 1992), fruto da corporeidade física e histórica, psicológica e social do humano. É no trabalho que se constroem os laços que permitem a existência da sociedade. Desse modo, o jornalista, como todos os demais trabalhadores, busca por meio de sua atividade, a economia do corpo e a maximização de suas expressões. Encontrar formas alternativas de organização para viabilizar o trabalho é sinônimo da expressão de vida e da presença e da importância do profissional na sociedade. É uma forma de resistência que busca, no âmago do trabalho, alternativas de organização social.

Viabilizar formas alternativas de trabalho é uma necessidade da falta de emprego, mas também da insatisfação com a situação do jornalismo nas grandes empresas. Essa insatisfação pode ser compreendida à medida que, internacionalmente, tem-se avaliações negativas sobre as injunções mercadológicas nas redações. Lafuente (2012) afirma que dos dilemas do jornalismo – entre a qualidade e a crise tecnológica e comercial – nunca se questionou o papel mediador do profissional, fato que ocorre agora. O autor também salienta o fato de que hoje "las verguenzas del periodismo son más publicas" e ainda faz questão de afirmar:

> En esta ocasión es muy útil dar un repaso a los errores cometidos, sobre todo cuando son tantos y tan escandalosos como los que se pueden atribuir a los directivos de los medios en los últimos años. Si aparcamos por un momento las reflexiones sobre el periodismo y ponemos el foco sólo en el negocio, es sorprendente la falta de visión. (LAFUENTE, 2012, p. 8)

Esse cenário conflituoso e cheio de desafios para o jornalismo e o jornalista nos fez enunciar os problemas desta pesquisa: como os jornalistas organizados em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia sustentam sua autonomia no trabalho? E como esses jornalistas mobilizam os dispositivos comunicacionais a seu dispor para instituir novas prescrições para o trabalho jornalístico?

Para estudar esse cenário tão complexo para o jornalismo (REIG, 2015; MENESES, 2011; FIGARO; NONATO; GROHMANN, 2013; RAMÍREZ, 2010), estruturamos a pesquisa que trata do trabalho do jornalista em *arranjos* independentes e alternativos existentes no Brasil. O foco do estudo centra-se na Grande São Paulo, região de mais de 20 milhões de habitantes e centro industrial e de serviços economicamente mais organizado no país.

3. METODOLOGIA[6]

A crise no modelo de empresa jornalística tradicional exige que o pesquisador tenha sensibilidade e maior abertura para definir o caminho metodológico de investigação, pois os jornalistas não estão necessariamente no espaço físico da empresa[7], eles trabalham de diversos lugares, acionando redes de colaboração e executam o trabalho fazendo uso de uma multiplicidade de linguagens e equipamentos técnicos. Outro aspecto que se deve considerar é que os formatos impressos estão em franco declínio e uma nova série de possibilidades de dispositivos móveis, redes sociais e aplicativos unificam a plataforma técnica de produção e a forma de circulação. Todos esses aspectos proporcionam o crescimento do que padronizamos denominar de *novos arranjos* do trabalho do/a jornalista.

Para capturá-los, em um levantamento sistematizado de dados, foi necessário admitir que esse campo é movediço, está em construção e sofre alterações bruscas e profundas devido a todas as instabilidades derivadas da situação econômica e política mais geral. Desse ponto de partida, o terreno deve ser explorado com argúcia para que se possa construir um *mapa* com os dados dos *arranjos* e dos jornalistas que neles atuam. Por isso, definiu-se a pesquisa exploratória (GIL, 2008) como aquela que permite sair a campo

[6] Esta discussão foi apresentada em artigo *Metodologia exploratória para conhecer os novos arranjos do trabalho do jornalista*, para o Grupo Temático Teorias e metodologias de pesquisa da Associación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Alaic, Congresso realizado entre 29/7 e 1/8/2018, na Universidade da Costa Rica, San José, 2018.

[7] A tese de doutorado de Claudia Nonato (LIMA,2015) identificou a *migração* dos jornalistas da redação tradicional para os blogs e para as redes sociais.

e buscar elementos que possam compor um quadro para posterior construção de problemas mais delineados e de factível resolução.

A pesquisa exploratória é desafiadora porque todos os elementos encontrados podem ser relevantes para a continuidade da investigação. A determinação dessa relevância tem como baliza os objetivos principais: neste caso, saber como trabalham os jornalistas em novos arranjos de mídia. A coleta de informações desenha um corpo de elementos que, ao serem tratados, vão mostrando o caminho para a composição do objeto de estudo e da amostra empírica. Essa metodologia de pesquisa se mostra adequada porque os proponentes desse estudo não têm como formular de antemão as características predominantes desses *arranjos econômicos alternativos*, além de repetir o que eles próprios afirmam, isto é, não se organizam como as grandes empresas de mídia. A pesquisa exploratória dá ao pesquisador a possibilidade e a abertura de buscar elementos que permitam um diagnóstico mais fiel da situação que se quer investigar. O levantamento e a composição de um quadro de informantes potencial dão maior confiabilidade para a posterior construção de uma amostra de pesquisa.

A pesquisa exploratória permite explorar conceitos, técnicas e hipóteses para propiciar um conjunto de reflexões que levem a apurar os resultados amealhados na investigação. Dessa forma, realiza-se um diagnóstico do cenário em que estão os *novos arranjos* do trabalho do jornalista, como se estruturam e se organizam, para o posterior aprofundamento da investigação conforme os objetivos enunciados.

A exploração desse território instável para encontrar informantes orientou-se pela adaptação da técnica da bola de neve (*snowball*), aplicada a pesquisas qualitativas e não probabilísticas. Como se trata de uma

adaptação, é relevante retomar a literatura sobre a técnica da bola de neve e verificar sua utilização.

Handcock e Gile (2011) registram o desenvolvimento dessa técnica que se inicia nos anos de 1940, nos Estados Unidos, na Universidade de Columbia, com Paul Lazarsfeld, para os estudos dos líderes de opinião. Segundo os autores, com Colleman e Trow (1958) essa abordagem é utilizada para a pesquisa sobre o comportamento de homens que apoiam o pensamento político antidemocrático e segregacionista do Senador McCarty (1954). Eles afirmam que Trow analisou as redes de relações de homens da cidade de Bennington (Vermont) a partir de escolha arbitrária deles em listas de empregados e grupos ocupacionais (HANDCOCK; GILE, 2011). Ou seja, ele tomou aleatoriamente informantes a partir de listas de empregados nas empresas da cidade de Bennington. Essa técnica é, portanto, utilizada quando não se tem como extrair uma amostra estatística de determinada população, ou porque o pesquisador não dispõe de recursos ou porque os indivíduos são difíceis de serem identificados em determinada comunidade/população.

São os estudos de Leo A. Goodman (1961), na Universidade de Chicago, que dão maior aprofundamento a essa proposta de construção de amostra não probabilística (HANDCOCK; GILE, 2011). A ideia de Goodman é buscar identificar em uma população um possível informante que possa indicar outros informantes semelhantes a ele, possibilitando ao investigador estabelecer uma rede de relações de informantes sobre determinado tema/problema até a sua saturação.

A reflexão de Baldin e Munhoz (2011), a partir de distintas contribuições sobre a técnica da *snowball*, mostra um desenho mais

complexo de identificação de informantes, estabelecendo certa hierarquia entre eles, no sentido de que as redes de relações reveladas pelos contatos vão desenhando o alcance da rede do informante inicial.

> os primeiros participantes contatados na aplicação da pesquisa são as "sementes", que devem ter conhecimento da sua localidade, do fato acontecido ou das pessoas que vivem na comunidade. Esse mesmo indivíduo (a "semente") indicará outra(s) pessoa(s) de seu relacionamento (ou de seu conhecimento) para que também participe(m) da amostra, esses são os "filhos" das "sementes". Para que se tenha uma amostra considerável, deve-se selecionar um número inicial de pessoas (de "sementes"), que, referencialmente, devem exercer certa liderança no espaço a ser estudado, conhecer muitos membros da localidade e que esses sejam de diversificados ramos de formação e atuação. (2011, p. 333)

Essa síntese sobre o desenvolvimento da abordagem técnica da *bola de neve* permite algumas reflexões sobre o percurso realizado na pesquisa dos novos arranjos do trabalho do jornalista. As questões centrais eram: como compor uma amostra? E como identificar esses profissionais? E o levantamento da literatura sobre a crise do jornalismo atual, além do acompanhamento das redes sociais, proporcionou aos pesquisadores destacar o contato com um indivíduo jornalista, líder de um bem-sucedido arranjo jornalístico. Tomou-se então a decisão de eleger a representante deste arranjo como o informante (semente) primeiro para, a partir das indicações, encontrarem-se os demais informantes. Chegou-se dessa maneira à Agência Pública e aos seus indicados, ou seja, o Mapa da Mídia Independente, criado por essa Agência. Dessa forma, recuperando as listas de Trow (1958), partiu-se do mapa (lista) da Mídia Independente indicado

pela Agência Pública, com cerca de cem participantes, para compor os informantes da pesquisa. Os leitores da Agência Pública, também, indicaram nomes que consideraram importante para constar no mapa inicial e, com a contribuição deles, a agência formatou a lista da Mídia Independente dos leitores da Pública (segunda semente). Também foram incorporados informantes (sementes) de outros contatos indicados pelos pesquisadores do CPCT. Assim, a partir dessas fontes, chegou-se aos informantes que deram acesso a sua rede de relações, revelando uma comunidade virtual disposta a trabalhar com jornalismo e conteúdo informativo. O contato inicial foi com a Agência Pública[8], que explicou os critérios e a motivação de criar o Mapa da Mídia Independente. Os critérios: produzir jornalismo independente e ter nascido nas redes sociais também atendiam aos pressupostos desta pesquisa. Deu-se início então à catalogação de dados dos arranjos identificados, conferindo e ampliando todas as informações em cada um dos sites dos informantes.

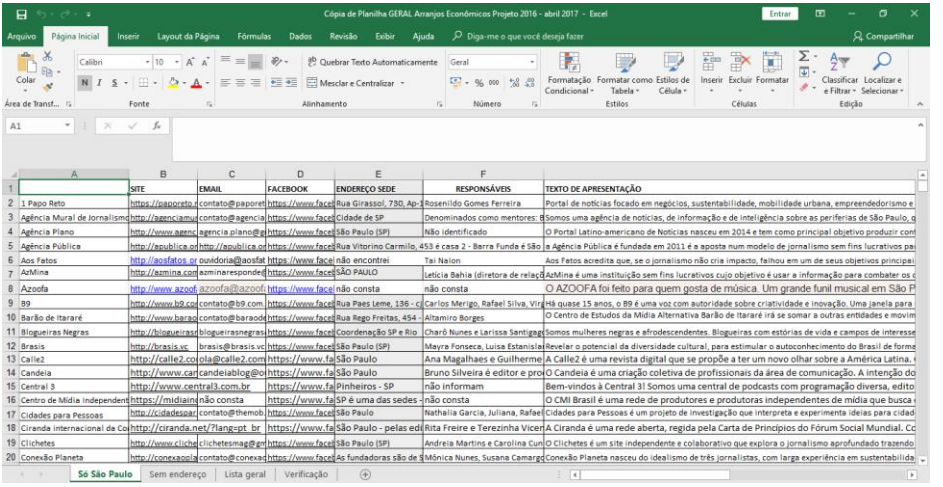
A composição da população de novos arranjos de mídia catalogados pela pesquisa não pretende esgotar o universo das iniciativas jornalísticas independentes criadas no Brasil. O trabalho de catalogação, a partir dos informantes *sementes*, possibilitou o levantamento de 170 arranjos do trabalho do jornalista no país e de 10 arranjos com endereços internacionais. A listagem[9] desses arranjos de mídia independente comporta informações

[8] A decisão de utilizar o mapa da Agência Pública foi lastreada em pesquisa sobre a agência, entrevista e estudo dos critérios que formularam o referido mapa. A entrevista com a representante da Agência Pública está no site do CPCT: www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho

[9] Essa catalogação nacional está sendo objeto de outras pesquisas a partir da criação de grupos locais de pesquisadores. Como exemplo, podemos citar os grupos de pesquisa PraxisJor, coordenado pelo Prof. Edgar Patrício, da UFC, a

sobre eles, a partir da autodeclaração, registrada nos respectivos sites/redes sociais (Figuras 1 e 2).

Figura 1: Planilha Geral de informações sobre os arranjos do trabalho do jornalista no Brasil



	A	B	C	D	E	F	G
1		SITE	EMAIL	FACEBOOK	ENDEREÇO SEDE	RESPONSÁVEIS	TEXTO DE APRESENTAÇÃO
2	1 Papo Reto	https://paporeto.r	contato@paporet	https://www.face	Rua Girassol, 750, Ap-1	Rosenildo Gomes Ferreira	Portal de notícias focado em negócios, sustentabilidade, mobilidade urbana, empreendedorismo e
3	Agência Mural de Jornalismo	http://agenciamur	contato@agencia	https://www.face	Cidade de SP	Denominados como mentores: B	Somos uma agência de notícias, de informação e de inteligência sobre as periferias de São Paulo, q
4	Agência Plano	http://www.agenc	agencia.plano@g	https://www.face	São Paulo (SP)	Não identificado	O Portal Latino-americano de Notícias nasceu em 2014 e tem como principal objetivo produzir cont
5	Agência Pública	http://apublica.or	http://apublica.or	https://www.face	Rua Vitorino Carmillo, 453 é casa 2 - Barra Funda é São		a Agência Pública é fundada em 2011 é a aposta num modelo de jornalismo sem fins lucrativos pa
6	Aos Fatos	http://aosfatos.or	ouvidoria@aosfat	https://www.face	não encontrei	Tai Nalon	Aos Fatos acredita que, se o jornalismo não cria impacto, falhou em um de seus objetivos principai
7	AzMina	http://azmina.com	azminaresponde@	https://www.face	SÃO PAULO	Letícia Bahia (diretora de relaçõ	AzMina é uma instituição sem fins lucrativos cujo objetivo é usar a informação para combater os c
8	Azoofa	http://www.azoof	azoofa@azoof	https://www.face	não consta	não consta	O AZOOFA foi feito para quem gosta de música. Um grande funil musical em São P
9	B9	http://www.b9.co	contato@b9.com.	https://www.face	Rua Paes Leme, 136 - c	Carlos Merigo, Rafael Silva, Vir	Há quase 15 anos, o B9 é uma voz com autoridade sobre criatividade e inovação. Uma janela para
10	Barão de Itararé	http://www.barao	contato@baraode	https://www.face	Rua Rego Freitas, 454 -	Altamiro Borges	O Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé irá se somar a outras entidades e movim
11	Blogueiras Negras	http://blogueirasn	blogueirasnegras	https://www.face	Coordenação SP e Rio	Charô Nunes e Larissa Santiago	Somos mulheres negras e afrodescendentes. Blogueiras com estórias de vida e campos de interesse
12	Brasis	http://brasis.vc	brasis@brasis.vc	https://www.face	São Paulo (SP)	Mayra Fonseca, Luisa Estanisla	Revelar o potencial da diversidade cultural, para estimular o autoconhecimento do Brasil de forma
13	Calle2	http://calle2.co	ola@calle2.com	https://www.fa	São Paulo	Ana Magalhaes e Guilherme	A Calle2 é uma revista digital que se propõe a ter um novo olhar sobre a América Latina.
14	Candeia	http://www.can	candeiablog@o	https://www.fa	São Paulo	Bruno Silveira é editor e pro	O Candeia é uma criação coletiva de profissionais da área de comunicação. A intenção do
15	Central 3	http://www.central3.com.br		https://www.fa	Pinheiros - SP	não informam	Bem-vindos à Central 3! Somos uma central de podcasts com programação diversa, edito
16	Centro de Mídia Independent	https://midiain	não consta	https://www.fa	SP é uma das sedes -	não consta	O CMI Brasil é uma rede de produtores e produtoras independentes de mídia que busca
17	Cidades para Pessoas	http://cidadespar	contato@themob	https://www.face	São Paulo	Nathalia Garcia, Juliana, Rafael	Cidades para Pessoas é um projeto de investigação que interpreta e experimenta ideias para cidad
18	Ciranda internacional da Co	http://ciranda.net/?lang=pt_br		https://www.fa	São Paulo - pelas edi	Rita Freire e Terezinha Vicen	A Ciranda é uma rede aberta, regida pela Carta de Princípios do Fórum Social Mundial. Co
19	Clichetes	http://www.cliche	clichetesmag@gr	https://www.face	São Paulo (SP)	Andreia Martins e Carolina Cun	O Clichetes é um site independente e colaborativo que explora o jornalismo aprofundado trazendo
20	Conexão Planeta	http://conexaopla	contato@conexao	https://www.face	As fundadoras são de S	Mônica Nunes, Susana Camargo	Conexão Planeta nasceu do idealismo de três jornalistas, com larga experiência em sustentabilida

Só São Paulo | Sem endereço | Lista geral | Verificação

Fonte: CPCT, 2017, - arquivo da planilha em Excel com os 170 arranjos encontrados e suas respectivas informações.

pesquisadora Mariana Reis, da UFPE, Professora Luciana Miranda, da UFRN, Profa. Marluce Zacariotti, da UFTO, Prof. Paulo Giraldo, da UFAP.

Figura 2: O Mapa Brasil com arranjos do trabalho do jornalista por Região



Desse modo, por meio do *snowball*, adaptado à nossa problemática, identificamos uma *população* de novos arranjos de mídia que se relacionam, de alguma maneira, por maior ou menor proximidade de situação de organização ou de objeto de interesse. Por questões de exequibilidade, de recursos e tempo, optou-se por priorizar os novos arranjos de mídia identificados na Grande São Paulo. Com esse critério de corte, chegou-se a um universo de 70 arranjos na região. O próximo passo foi o de categorizar essa *comunidade* por critérios que possibilitassem avançar a compreensão do modo de organização do trabalho jornalístico.

3.1. A pesquisa bibliográfica e a nucleação das categorias de classificação

A catalogação dos *novos arranjos* de mídia tomou como critério inicial a visita sistemática aos respectivos sites e redes sociais, para entender como eles próprios se autodenominam. Nome, endereço, responsáveis, contato, site, rede social foram os dados coletados para dar início à planilha de catalogação. Assim, fomos estruturando as categorias para a qualificação desses arranjos. Por exemplo: "independente" foi um termo que apareceu logo na nomeação do Mapa da Mídia, feito pela Agência Pública, e, além dele, o título da pesquisa também nomeou os arranjos de "alternativos" e, assim observando as autodenominações em seus sites foi possível chegar às seguintes categorias: independente, alternativo, coletivo, empreendedor, inovador. Os textos de apresentação encontrados na aba **Quem somos** ou **Sobre** desses arranjos também permitiram categorizá-los em: produtores de jornalismo, de iniciativa jornalística, com práxis jornalística. Esse levantamento deu informações a respeito das formas de sustentação, atividades complementares, fontes de financiamento, status jurídico e vínculos com os movimentos sociais.

Posto esse quadro informativo, foi necessário buscar na literatura as bases conceituais sobre os termos independente, alternativo, coletivo, empreendedor, inovador e também sobre os elementos que permitem identificar os marcadores da práxis jornalística. Buscou-se, ainda, informações na legislação e na receita federal para se entender o status jurídico desses arranjos: o que significa ser uma ONG, uma OSCIP, uma microempresa, uma associação; como se obtém o CNPJ; fez-se ainda um levantamento sobre as fontes de financiamento dessas iniciativas.

Para a conceituação dessas categorias realizou-se pesquisa bibliográfica, sobretudo, na área de Comunicação. As fontes foram: livros, artigos publicados em revistas científicas e trabalhos apresentados nos congressos mais importantes da área. A busca procedeu um corte temporal e usou as palavras chave: independente, alternativo, coletivo, empreendedor, inovador.

O levantamento bibliográfico para definir as referidas categorias mostrou controvérsias entre autores; diferentes compreensões dos termos a depender do momento histórico e referencial teórico, mas permitiu uma síntese em que as nuances apresentadas pelos diferentes autores encontram respaldo no que se pode aferir em relação à autodenominação adotada pelos *arranjos* de mídia deste estudo. Por exemplo: o termo alternativo remete à experiência histórica daqueles que buscaram construir meios de comunicação contra-hegemônicos; ou ao menos alternativo a outro já constituído; para alguns, aproxima-se em alguma medida da formulação de popular e comunitário. Independente se configura na literatura como desvinculação política e econômica, como compromisso autocentrado, mais especificamente, no caso do jornalismo, restringe-se à não vinculação com os interesses políticos vigentes e à ideia de neutralidade. Na literatura também foram explorados os conceitos de empreendedorismo e inovação. O resultado[10] aponta para os usos contemporâneos dos termos que remonta

[10] A pesquisa bibliográfica em torno desses conceitos resultou em diferentes artigos que estão sintetizados no relatório parcial da pesquisa de 30/08/2017. Os artigos podem ser encontrados a partir das seguintes referências: FIGARO, R. NONATO, C. KINOSHITA, J. Jornalistas em arranjos econômicos independentes de corporações de mídia: métodos e análises iniciais. Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.2017. PACHI FILHO, F.F; SOUZA, R.B.R.; MOLIANI, J.A.

à tradição da teoria econômica liberal, sobretudo, atualizadas pela literatura da reestruturação produtiva e da gestão de pessoas.

Desse levantamento, compôs-se a formulação dos conceitos que, ao serem confrontados com os textos de autodeclaração dos sites dos arranjos estudados, permitiu-nos um novo passo metodológico para a composição da amostra da pesquisa. A esse passo denominou-se processo de nucleação.

A nucleação adotou como critério de aproximação a autodeclaração dos marcadores jornalísticos alinhados às categorias de alternativo/independente/coletivos; diferenciando-os daqueles que se declaram com marcadores jornalísticos identificados com as categorias de empreendedores/inovadores. Considerando-se esses critérios, foram constituídos seis núcleos com os 70 arranjos identificados da Grande São Paulo. São eles: Núcleo 1 - Alternativo/independente acrescidas as três categorias do fazer jornalístico. Este primeiro núcleo aglutinou 25 arranjos e foi dividido em seis subnúcleos, conforme o tipo de jornalismo autodeclarado. E assim sucessivamente com os demais cinco núcleos[11], que também foram subdivididos conforme a declaração dos nichos de atuação.

Comunicação, imprensa e jornalismo alternativos: cartografia dos usos conceituais na produção acadêmica brasileira recente, in Pensacom 2016, São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016. _____; MOLIANI, J.A. Efeitos de sentido da autoria na pesquisa em comunicação alternativa no Brasil, in XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero,São Paulo - SP, 06 a 09 de junho de 2017. _____; BARROS, Janaina Visibeli; MOLIANI, João Augusto. Empreendedorismo e inovação nos novos arranjos produtivos jornalísticos. Encontro da SBPjor, novembro 2017. ROXO, M., GROHMANN, R., MARQUES, A. F. Lugares de Enunciação e Disputas de Sentido em Relação ao Trabalho Jornalístico em Arranjos Alternativos às Corporações de Mídia. Congresso da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo, 2017.

[11] O Núcleo 2 - Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico identificado com as categorias alternativo/independente, com três subnúcleos; Núcleo 3 -

A nucleação e a subnucleação permitiram classificar cada um dos 70 arranjos de nosso universo de pesquisa. Com essa estratégia, passou-se à etapa de construção da amostra e se estabeleceu de maneira aleatória e por conveniência de tempo e de recursos humanos e financeiros que a amostra seria composta de 40% dos arranjos do universo da pesquisa. Assim, dos 70 arranjos identificados e categorizados com as informações autodeclaradas e classificados pela nucleação, foi retirada uma amostra de 29 a serem entrevistados e posteriormente convidados a participarem de grupos de discussão. Os 29 arranjos foram escolhidos respeitando-se a proporção de 40% de cada um dos subnúcleos.

Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico/ Sem outra identificação, com quatro subnúcleos; Núcleo 4 - Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico + empreendedores/inovadores, com dois subnúcleos; Núcleo 5 – Nenhuma declaração de jornalismo e de qualificativo da instituição; Núcleo 6 - Autodeclaração independente ou coletivo/nenhuma declaração de jornalismo.

NÚCLEO 1

Tabela 2: Autodeclaração de jornalista, iniciativa jornalística e marcadores jornalísticos + Alternativos/Independentes

1	Agência Pública
2	Aos Fatos
3	AzMina
4	Calle2
5	Clichetes
6	Democratize
7	Desenrola e não me enrola
8	Fluxo (+coletivo)
9	Gênero e Número
10	Independente
11	Jornalistas Livres (+coletivo)
12	Megafonia (coletivo)
13	Mídia Ninja (coletivo)
14	Nexo
15	Opera Mundi
16	Periferia em Movimento (+coletivo)
17	Poleiro (+coletivo)
18	Ponte (coletivo)
19	Pressenza
20	Quatro V (+coletivo)
21	Repórter Brasil
22	Vaidapé (+coletivo)
23	Viomundo
24	Volt data lab (+coletivo)
25	Vozes de Vila Prudente (só coletivo)

Total: 25, dos quais 11 também se declaram coletivos.

Núcleo 1- Alternativo/independente + três categorias do fazer jornalismo

O critério para compor os subgrupos abaixo foi priorizar a prática de jornalismo declarada. Entre parênteses está o número de arranjos que foram destacados para a realização das entrevistas:

a) Megafonia, Mídia Ninja, Jornalistas Livres, Democratize, Fluxo; (2)
Mais identificado com um jornalismo de novo tipo, nascido essencialmente das práticas do movimento social, das mobilizações populares; querem mostrar um outro ponto de vista sobre os acontecimentos. Apoiam-se numa prática que amplia as vozes presentes no discurso jornalístico.

b) Ponte, Agência Pública, Repórter Brasil, Nexo, Viomundo, Poleiro, Independente, Clichetes; (3)
Subgrupo mais identificado com a deontologia tradicional do jornalismo. Proclama-se jornalismo independente, com apuração aprofundada, desvinculado de interesses comerciais e políticos.

c) Periferia em Movimento, Vozes da Vila Prudente, Desenrola e não me enrola, Vaidapé; (2)
Subgrupo que ajusta sua prática jornalística aos interesses da periferia, das demandas locais e populares;

d) Aos Fatos, Volt Data Lab; (1)
Este subgrupo autodenomina-se de agência de jornalismo e dados.

e) Azmina, Gênero e Número; (1)

Este subgrupo produz jornalismo a partir da perspectiva dos movimentos de mulheres e outras questões de gênero e voltado para as mulheres.

f) Pressenza, Quatro V, Calle 2, Opera Mundi; (2)

Este subgrupo propõe-se a produzir um jornalismo para esclarecer acontecimentos internacionais a partir da perspectiva diferente da empresa jornalística tradicional.

Tabela 3: Quadro dos entrevistados – Núcleo 1

Mídia Ninja
Democratize
Viomundo
Nexo
Agência Publica
Periferia em Movimento
Vozes da Vila Prudente
Volt Data Lab
AzMina
Pressenza
Opera Mundi

NÚCLEO 2

Tabela 4: Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico + Alternativos/Independentes

26	Barão de Itararé
27	Correio da Cidadania
28	Mamilos
29	Outras Palavras
30	Puntero Izquierdo (futebol)
31	Candeia (coletivo)
32	Central 3
33	Centro de Mídia Independente (+coletivo)
34	Ciranda (+coletivo) (ms)
35	Geledés (ms)
36	Ovelha Mag
37	Sounds Like Us(música)
38	Think Olga
39	Revista Capitolina
40	Nós Mulheres da Periferia (+coletivo)

Total: 15, dos quais quatro também declaram-se coletivos.

Núcleo 2: Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico+Alternativos/ Independentes

O critério continua sendo o do tipo de prática jornalística. Entre parênteses está o número de arranjos que foram destacados para a realização das entrevistas:

a) Ciranda Internacional da Comunicação Independente, Outras Palavras, O Candeia, Centro de Mídia Independente, Correio da Cidadania, Barão de Itararé. (3)

Mídia contra-hegemônica. Afirmam fazer um jornalismo contra-hegemônico, crítico e democrático.

b) Puntero Izquierdo, Sounds Like Us, Central 3, Mamilos (2)

Jornalismo segmentado. Praticam um jornalismo ou a produção de conteúdo segmentado cultural e desportivo.

c) Geledés, Revista Capitolina, Think Olga, Nós Mulheres da Periferia, Ovelha Mag. (2)

Produzem conteúdo voltado para as questões femininas, negras, inclusive as jovens, com aspecto militante ou cultural.

Tabela 5: Quadro dos entrevistados – Núcleo 2

Ciranda
Outras palavras
Centro de mídia independente
Sounds like us, puntero izquierdo
Nós mulheres da periferia

NÚCLEO 3

Tabela 6: Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico/ Sem outra identificação

41	Agência Mural de Jornalismo das Periferias
42	Agência Plano
43	Cidades para as pessoas
44	Conexão Planeta
45	Escola de Notícias
46	Envolverde
47	Farofafá
48	Justificando
49	Portal Aprendiz
50	Pimentaria
51	Mulher no cinema
52	Move that Jukebox
53	Mobilize Brasil
54	Migramundo
55	Mães de Peito
56	Las Abuelitas
57	Lado M

Total: 17

Núcleo 3: Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico/ Sem outra identificação

Entre parênteses está o número de arranjos que foram destacados para a realização das entrevistas:

a) Agência Mural de Jornalismo das periferias, Escola de Notícias, Justificando, Migramundo, Agência Plano, (2)

Conteúdo de temas da cidadania. Jornalismo voltado para prestar serviços a diferentes públicos, comprometidos de alguma maneira com os direitos humanos (em amplo leque de aspectos: jurídico, cidade, educação migração, etc.)

b) Portal Aprendiz, Mobilize Brasil, Cidade para as pessoas (1)

Conteúdo jornalístico ligado a cidades e mobilidade

c) Conexão Planeta, Envolverde, Farofafá, Move that Jukebox, (2)

Jornalismo segmentado. Produção de conteúdo segmentado cultural e meio ambiente (sustentabilidade).

d) Pimentaria, Mulher no Cinema, Mães de peito, Las Abuelitas, Lado M (2)

Jornalismo segmentado de gênero. Conteúdo cujo viés feminista trata do empoderamento (conceito vinculado a autoestima e desenvolvimento de competências).

Tabela 7: Quadro dos entrevistados – Núcleo 3

Justificando
Migramundo
Mobilize Brasil
Farofafá
Envolverde
Lado M
Mães de Peito

NÚCLEO 4

Tabela 8:

58	É Nóis
59	Formiga.me
60	Porvir
61	Projeto Draft
62	B9
63	1 Papo Reto

Total: 06

Núcleo 4: Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico + empreendedores/inovadores.

Entre parênteses está o número de arranjos que foram destacados para a realização das entrevistas:

a) É Nois, Formiga.me e Porvir (1)
Jornalismo como empreendedorismo social.

b) Projeto Draft, B9 e 1Papo Reto (1)
Jornalismo como empreendedorismo empresarial.

Tabela 9: Quadro dos entrevistados – Núcleo 4

É Nóis
B9

NÚCLEO 5

Tabela 10: Nada de jornalismo e nada de qualificativo da instituição

64	Azoofa
65	Futebol de campo
66	O Novelo
67	Oppina
68	Papo de Homem

Total: 05

Núcleo 5: Nada de jornalismo e nada de qualificativo da instituição (1)

Tabela 11: Quadro dos entrevistados – Núcleo 5

O Novelo

NÚCLEO 6

Tabela 12: Autodeclaração independente ou coletivo/nenhuma declaração de jornalismo

69	Blogueiras Negras
70	Brasis

Total: 02

Tabela 13: Quadro dos entrevistados – Núcleo 6

Blogueiras Negras
Brasis

A título de síntese, os 29 arranjos selecionados para a entrevista a partir dos critérios acima descritos são:

Nomes dos arranjos selecionados do Núcleo 1

Mídia Ninja, Democratiza, Viomundo, Nexo, Agência Pública, Periferia em Movimento, Vozes da Vila Prudente, Volt Data Lab, Azmina, Pressenza e Opera Mundi

Nomes dos arranjos selecionados do Núcleo 2

Ciranda Internacional da Comunicação Independente, Outras Palavras, Centro de Mídia Independente, Sounds Like Us, Puntero Izquierdo, Nós Mulheres da Periferia, Think Olga

Nomes dos arranjos selecionados do Núcleo 3

Justificando, Migramundo, Mobilize Brasil, Farofafá, Envolverde, Lado M e Mães de Peito

Nomes dos arranjos selecionados do Núcleo 4

É Nóis e B9

Nomes dos arranjos selecionados do Núcleo 5

O Novelo

Nomes dos arranjos selecionados do Núcleo 6

Blogueiras Negras/Brasis

3.2. A fase de entrevistas e grupos de discussão

A segunda etapa da pesquisa foi a coleta de enunciados dos jornalistas sobre o trabalho deles nesses *arranjos* econômicos. A entrevista não só faz parte do cotidiano de pesquisadores e jornalistas, mas também objetiva o inter-relacionamento humano e a troca de informações através de um contato face a face, numa situação de comunicação direta. Fávero e Andrade (2006, p. 155) classificam a entrevista como uma técnica de interação social, e "por meio dela, busca-se uma interpenetração informativa que visa a quebrar isolamentos sociais, grupais, individuais; pode ainda servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática da informação". As entrevistas foram realizadas em diferentes locais, normalmente com dois entrevistadores, e a maioria delas fora do ambiente de trabalho. Minayo (1992, p. 10) discute dois aspectos importantes da entrevista: primeiramente o fato de ela apresentar a palavra como símbolo de comunicação por excelência, que revela sistemas de valores, normas e símbolos individuais e, ao mesmo tempo, tornando o entrevistado uma espécie de portador das "(...) representações de determinados grupos em condições históricas, socioeconômicas e culturais específicas". Assim, as entrevistas realizadas com representantes dos *arranjos* do trabalho do jornalista possibilitam maior aproximação com a experiência de organização e de trabalho desse interlocutor e sua perspectiva, ponto de vista, sobre o jornalismo e os desafios colocados para quem assume trabalhar em condições tão adversas.

Para fins de padronizar as entrevistas, buscando orientar os procedimentos para os diferentes entrevistadores, elaboramos um roteiro de

questões abertas para conhecer o/a jornalista e as formas de organização do arranjo produtivo.

INTRODUÇÃO

TRAJETÓRIA – CONTE UM POUCO SUA TRAJETÓRIA PROFISSIONAL OU COMO CHEGOU ATÉ AQUI?
(Preencha os dados abaixo à medida que o entrevistado for revelando sua experiência de vida)

1. Nome,
2. Idade
3. Onde nasceu
4. Profissão dos pais
5. Bairro onde reside atualmente:
6. Nível de escolaridade, (se superior) curso, onde se formou?
7. Profissão?
8. Há quanto tempo está no mercado de trabalho?
9. Há quanto tempo trabalha nesta profissão?

CONHECENDO O ARRANJO

10 - Conte um pouco a história desta iniciativa
    a) Quando foi fundada essa iniciativa/arranjo?
    b) Quem são os responsáveis pela fundação?
    c) Quem são os responsáveis hoje?
    d) Horário de funcionamento?
11. Por que criar esta iniciativa/arranjo?
12. Como vocês se estruturam?
18. Quantas pessoas trabalham aqui ?
19. Quem são?
    a) São jornalistas de formação?
    b) Contribuem constantemente?
    c) Todos moram em São Paulo? Se não, de onde são?

20.Qual é o tipo de vínculo de trabalho vocês têm com a iniciativa/arranjo?
21. Quais as formas de sustentação da iniciativa/arranjo?
22. Como vocês organizam as finanças?
23.Quem são as pessoas ou instituições que contribuem financeiramente com o arranjo?

TIPO DE ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

24. Como definem o que fazem? Produzem jornalismo? Que tipo de jornalismo produzem?
25. O conteúdo produzido é próprio ou há aproveitamento de conteúdo vindo/obtido de outras fontes?
26. Há diferença entre o jornalismo que praticam e o da grande mídia? Qual?
27. Quais as diferenças entre trabalhar na grande mídia e trabalhar nessa iniciativa?
28. O que faz com que as pessoas queiram trabalhar nesse tipo de iniciativa/arranjo?
29. As pessoas se veem como trabalhadores?
30. Os equipamentos para o trabalho jornalístico são oferecidos pela Iniciativa OU Pertencem ao trabalhador?

SOBRE COMO TRABALHAM

31. Como as pessoas são selecionadas para trabalhar aqui? Qual o perfil delas?
32. Descreva a função das pessoas que trabalham aqui?
33. Como são as rotinas de trabalho na iniciativa/arranjo?(horários, divisão de tarefas, reuniões)
34. Como você faz seu trabalho? (descrever como faz o trabalho no dia a dia)
35. Você tem carga horária fixa na iniciativa? Quanto tempo dedica (horas diárias, dias etc.) ao seu trabalho aqui?
36. Como são escolhidas as pautas e divididas as atividades?

37. Como você se organiza para cumprir a pauta e fazer seu trabalho jornalístico?
38. Como você se relaciona com os jornalistas de outras iniciativas?
39. Como você se relaciona com o público que comenta e participa das publicações?
40. Como vê a iniciativa/arranjo nos próximos anos?
41. Podemos chamar esse arranjo de alternativo e independente dos conglomerados de mídia?

A entrevista cumpre, portanto, o objetivo de trazer a voz de cada uma das experiências que foram criadas para produzir jornalismo em bases organizativas diferentes das tradicionais. A sistemática para conseguirmos realizar o maior número de entrevistas e cobrir a amostra dos 29 selecionados para fonte de informação da pesquisa foi de contatar via telefone e e-mail os responsáveis pelo arranjo, explicar nossos objetivos e nossa trajetória como Centro de Pesquisa da Universidade de São Paulo. Colocamos disponível um calendário com o período possível para as entrevistas e nos disponibilizamos a encontrar esse(a) interlocutor(a) no local escolhido por ele(a). A estratégia foi treinar antecipadamente todos os pesquisadores envolvidos e verificarmos a agenda de disponibilidade de tempo de cada um(a) deles(as). Com esse procedimento, conseguimos montar uma agenda de entrevistas e de entrevistadores, um trabalho coletivo que contribui para a formação de novos investigadores. O período das entrevistas foi de setembro a início de dezembro de 2017. Nesse período, 25 representantes de arranjos aceitaram participar das entrevistas enquanto apenas quatro não conseguiram se organizar para participar. A entrevista-teste realizada, em final de agosto de 2017, com um dos arranjos foi exemplar e por isso resolvemos incorporá-la ao material de análise. Desta

forma, ficamos com 26 participações de representantes dos arranjos do trabalho do jornalista.

A segunda técnica de recolha de material, após a realização de todas as entrevistas, foi o grupo de discussão, também denominado de grupo focal por alguns pesquisadores. A origem desse recurso de coleta de dados é referida a Paul Lazarsfed e a Robert Merton, nos idos dos anos de 1950. Para Costa (2005, p. 181), os objetivos dessa técnica são o de permitir que o pesquisador(a) perceba "aspectos valorativos e normativos que são referência de um grupo". Em nosso caso, o objetivo da pesquisa ao usar essa técnica é fazer com que os responsáveis pelos "arranjos" do trabalho do jornalista se encontrem para discutir os temas propostos sobre as formas de organização de atuação deles para o exercício do jornalismo. As vantagens desse tipo de técnica (Costa, 2005, p. 182) estão "relacionadas à sinergia gerada pela participação conjunta do grupo de entrevistados; a interação entre os participantes que enriquece as respostas" e, no caso específico, a possibilidade de conhecermos como se relacionam diante das dificuldades do trabalho e como se articulam para superá-las.

A elaboração do roteiro de perguntas obedeceu aos critérios de tempo, clareza e, sobretudo, dos objetivos da pesquisa. Foram organizadas duas sessões, em dias diferentes, cada uma com duração máxima de duas horas e meia. As pessoas foram esclarecidas sobre o método e os seus objetivos.

A seguir expomos o roteiro utilizado para a condução dos grupos de discussão.

PARTE 1 – INTRODUÇÃO (10 MINUTOS)

- ✓ Agradecimento (Agradecemos a presença de todos, explicamos o que vão fazer, perguntar se alguém já participou de um grupo de discussão e explicar que na verdade é um grande bate-papo)
- ✓ Gravação áudio-vídeo (É ético dizer que estão sendo gravadas e observadas)
- ✓ Duração aproximada de 2 horas e 20 minutos (Esta é a previsão, pode ser mais ou menos, dependendo do rendimento do grupo)
- ✓ Falar um de cada vez (É difícil recuperar as falas na gravação se a conversa não se desenvolve de forma organizada e explicar que o assistente está ali anotando, mas que não dá conta de anotar tudo e depois vai precisar ouvir)
- ✓ Não há certo nem errado (Reforçar que o importante é o que acham, não é o consenso. É importante saber inclusive onde concordam e onde discordam)
- ✓ Apresentação moderadora (apresento-me e digo meu papel no trabalho que vamos executar e digo o que quero que falem na apresentação)
- ✓ Apresentação das participantes (nome, idade, onde trabalha, arranjo)

PARTE 2 – FALANDO SOBRE OS DESAFIOS ENFRENTADOS PELOS ARRANJOS (40 MINUTOS)

- ✓ Quais os desafios para ser jornalista e fazer jornalismo hoje? (dificuldades, crises, dilemas, contradições)
- ✓ Em que o trabalho em rede e remoto transforma as tradicionais práticas jornalísticas? (descrever a forma de rotinas produtivas)
- ✓ O que define o jornalismo de qualidade? (exemplos, práticas, valores)

PARTE 3 – FALAR SOBRE O TIPO DE JORNALISMO QUE PRATICAM (35 MINUTOS)

- ✓ Como vocês definem o jornalismo que praticam?
- ✓ E como esse jornalismo se diferencia ou se aproxima daquele praticado pelas grandes empresas?

- ✓ Qual a função social dessa atividade? (valores do jornalismo, cidadania, democracia)
- ✓ O que pensam de chamar essa prática de independente e/ou alternativa? (como definem cada um dos adjetivos)
- ✓ Militância no jornalismo ou militância pelo jornalismo? (a questão do super-herói, o jornalismo como missão)

PARTE 4 – DISCUTIR COMO É O COTIDIANO DE TRABALHO NOS ARRANJOS (35 MINUTOS)

- ✓ Quais os principais desafios do cotidiano de trabalho de vocês? (plano geral sobre formas de organização, articulação e sustentabilidade)
- ✓ E as gratificações desse trabalho?
- ✓ Deem três palavras que podem nomear a atividade de vocês. (cada um anota num papel, individualmente, e depois mostra aos demais e explica o porquê)

PARTE 5 – COMO GARANTIR A SOBREVIVÊNCIA DESSES ARRANJOS JORNALÍSTICOS? (30 MINUTOS)

- ✓ Como se vive desse trabalho?
- ✓ Quais as experiências bem-sucedidas para a viabilidade econômica dessas iniciativas? (falar sobre experiências positivas de sustentação)
- ✓ Qual o papel das fundações na sustentação de iniciativas jornalísticas como a de vocês?
- ✓ E a publicidade e os cliques das métricas do Google? (polemizar sobre as fontes de recursos)
- ✓ É possível atuar para a criação de políticas públicas em benefício de arranjos econômicos locais na área de jornalismo? (pensar em formas de garantir sustentação)
- ✓ E a Universidade, o que deveria fazer?

PARTE 6 – ENCERRAMENTO (5 MINUTOS)

Agradecimentos, reiterar o anonimato.

Foram realizados dois grupos de discussão em local adequado para gravação de áudio e vídeo e acompanhamento dos pesquisadores do CPCT. As sessões foram realizadas nos dias 17 de abril, com duração de 2 horas e 36 minutos; e a presença dos seguintes participantes: Mídia Ninja; Democratize/Imprença; Agência Pública, Periferia em Movimento; Opera Mundi; Jornalistas Livres; Nós Mulheres da Periferia; e Justificando; e no dia 24 de abril, com 2 horas e 50 minutos, com os seguintes participantes: É Nóis; Brasis; Farofafá; Ciranda; Outras Palavras; Centro de Mídia Independente; Central 3.

Todo o material – entrevistas e o áudio dos grupos de discussão – foi transcrito, respeitando-se a ordem da fala e exatamente a forma da expressão oral, sem adequação à norma culta, respeitando-se a norma da oralidade, posteriormente, para efeito de formatação de um banco de entrevistas, esse material passou por revisão ortográfica e de ajustes da oralidade à norma culta da fala.

Por meio desses diferentes instrumentos de pesquisa, obteve-se material empírico para análise, classificação e categorização. Desse conjunto, pretende-se chegar ao pensamento concreto, ou seja, à verificação conceitual e teórica dos problemas de pesquisa.

É importante salientar mais uma vez que a pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética da EACH-USP (5390).

4. OS DADOS E OS RELATOS DA PESQUISA

Em uma pesquisa exploratória os resultados são todas as informações que permitem orientar o aprofundamento da pesquisa na direção dos objetivos enunciados, em um percurso demarcado por tempo e recursos, visto que as perguntas nunca cessam e uma resposta traz um novelo de novas questões a serem esclarecidas. A partir desse princípio, resultados foram sendo amealhados em cada procedimento. Do levantamento promovido por meio do *snowball,* obtivemos 170 (+10 estrangeiros) novos arranjos planilhados (Excel) e que estão sendo propostos, aqueles fora de São Paulo, como objeto para estudo de investigadores parceiros em outros Estados do Brasil. Talvez dentro de algum tempo, possamos ter um mapa mais realista dos arranjos em outros estados brasileiros. O segundo resultado é a identificação dos 70 arranjos na região metropolitana de São Paulo e a decisão de tomá-los como objeto de nosso estudo.

4.1. Perfil dos arranjos do trabalho jornalístico

A partir dos indicadores da catalogação de informações obtidas pela autodeclaração das informações de cada um dos 70 arranjos da grande São Paulo, quantificamos os dados para obter um perfil desses arranjos.

1 Papo Reto / Agência Mural de Jornalismo as Periferias / /Agência Plano / Agência Pública /Aos Fatos / AzMina / Azoofa / B9 / Barão de Itararé / Blogueiras Negras / Brasis / Calle2 / Candeia / Central 3 /Centro de Mídia Independente / Cidades para Pessoas / Ciranda internacional da Comunicação independente / Clichetes / Conexão Planeta Correio da Cidadania / Democratize / Desenrola e não me enrola / É Nóis /

Envolverde / Escola de Notícias / Farofafá / Fluxo / Formiga.me / Futebol de Campo / Geledés / Gênero e Número / Independente / Jornalistas Livres / Justificando / Lado M / Las Abuelitas / Mães de Peito / Mamilos / Megafonia/ Mídia Ninja / Migramundo / Mobilize Brasil / Move that Jukebox / Mulher no Cinema / Nexo / Nós, Mulheres da Periferia / O Novelo / Opera Mundi / Oppina / Outras Palavras / Ovelha Mag / Papo de Homem / Periferia em Movimento / Pimentaria / Poleiro / Ponte / Portal Aprendiz / Porvir / Pressenza / Projeto Draft / Puntero Izquierdo / QuatroV / Repórter Brasil / Revista Capitolina/ Sounds Like Us / Think Olga / Vaidapé / Viomundo / Volt Data Lab / Vozes da Vila Prudente

O planilhamento (Excel) das informações desses arranjos e a posterior análise dos dados amealhados permitiram criar categorias para a continuidade da pesquisa.

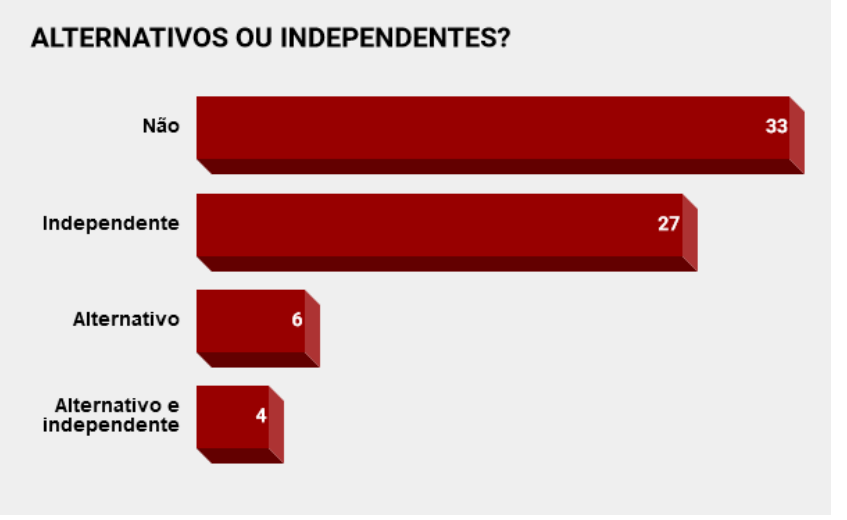
Verificamos que os participantes desses arranjos são na maioria jovens entre 20 e 35 anos. Há jornalistas mais maduros e com vasta trajetória nos veículos tradicionais, tais como os fundadores de Jornalistas Livres, Agência Pública, Farofafá, Viomundo, Outras Palavras, Opera Mundi, mas a maioria vem de uma experiência profissional mais recente. Em 37 desses arranjos há dirigentes mulheres, sendo 28% deles fundados e dirigidos por mulheres jornalistas; e 19 dos arranjos jornalísticos com presença nas direções de homens e mulheres jornalistas. São absolutamente minoritários os arranjos cujos profissionais não têm formação em jornalismo. Desse modo, o diploma continua sendo um diferencial para o exercício profissional. A maioria dos participantes é de jornalistas brancos(as) cujas famílias vêm de uma trajetória de classe média e de posições em serviços. As exceções se fazem presentes no Blogueiras Negras, Nós Mulheres da Periferia, Vozes de Vila Prudente (Vozes), Periferia em Movimento.

Passamos a apresentar os resultados quantitativos do perfil desses arranjos a partir das categorias criadas em razão da autodeclaração do *Quem*

Somos nos respectivos sites e redes sociais. É importante salientar que os dados agora divulgados, passaram por uma revisão em relação ao relatório parcial de agosto de 2017. Esses mesmos dados foram publicados na revista acadêmica Líbero (2018)[12].

Verificamos (Gráfico 1) que, embora a fonte de informação para a composição da planilha dos arranjos analisados tenha sido o mapa da mídia independente, 33 deles não se nomeiam nem independentes nem alternativos. Auto declaram-se independentes 27 da lista de 70 arranjos da Grande São Paulo; 6 declaram-se alternativos e 4 declaram-se alternativos e independentes.

Gráfico 1: Categorias autodeclaradas

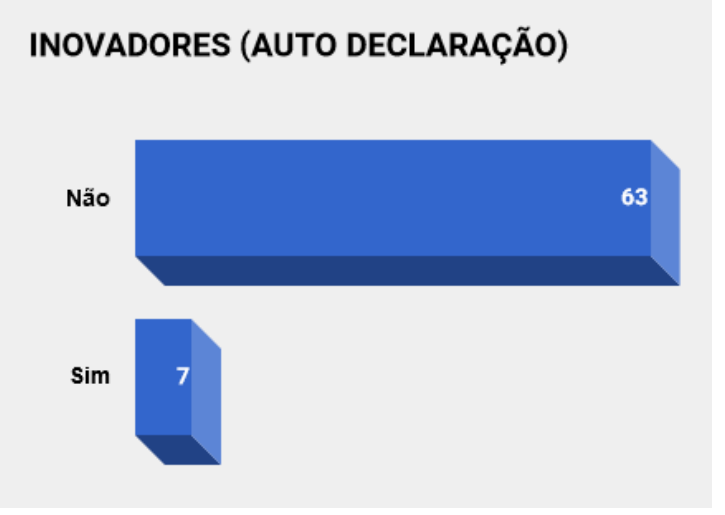


Fonte: elaboração dos autores

[12] NONATO, C., PACHI FILHO, F.F., FIGARO, R. Relações de comunicação em novos arranjos alternativos e modelos de produção da notícia. Revista Líbero. Fundação Cásper Líbero, v. 21, n. 41, 2018.

No Gráfico 2, 63 dos 70 arranjos do trabalho do jornalista na Grande São Paulo, portanto a maioria absoluta, não se declaram inovadores. Certamente esse dado pode ser um indicativo de que os profissionais desses arranjos tenham clareza sobre as problemáticas conceituais ideológicas envolvidas com essa palavra/conceito na atualidade. Também é preciso destacar que, para a perspectiva teórica da pesquisa, o trabalho humano é sempre criativo e inovador.

Gráfico 2: Inovadores

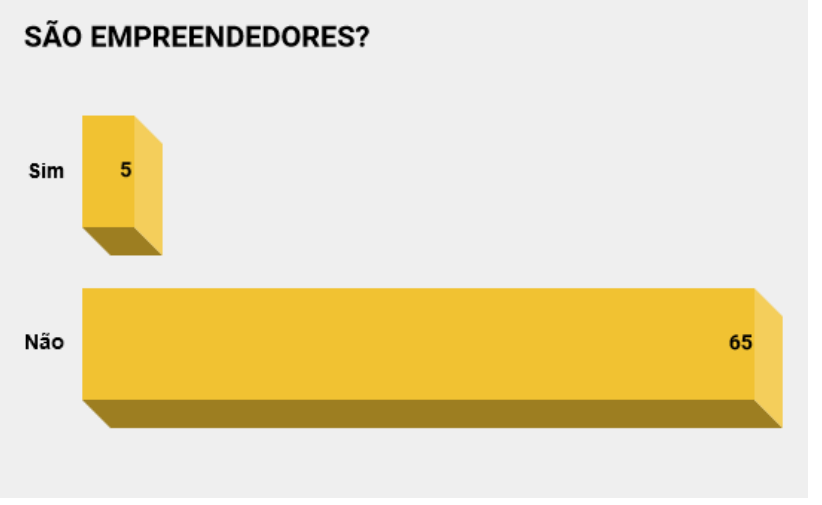


Fonte: elaboração dos autores

Como demonstra o Gráfico 3, a maioria absoluta (65) dos arranjos do trabalho jornalístico não se declaram empreendedores. As disputas ideológicas sobre como se organiza o trabalho e a propriedade estão em forte ascensão no movimento social e, nesse sentido, posicionar-se pode ser aderir a tal ou qual concepção de atuação profissional. A categoria empreendedor

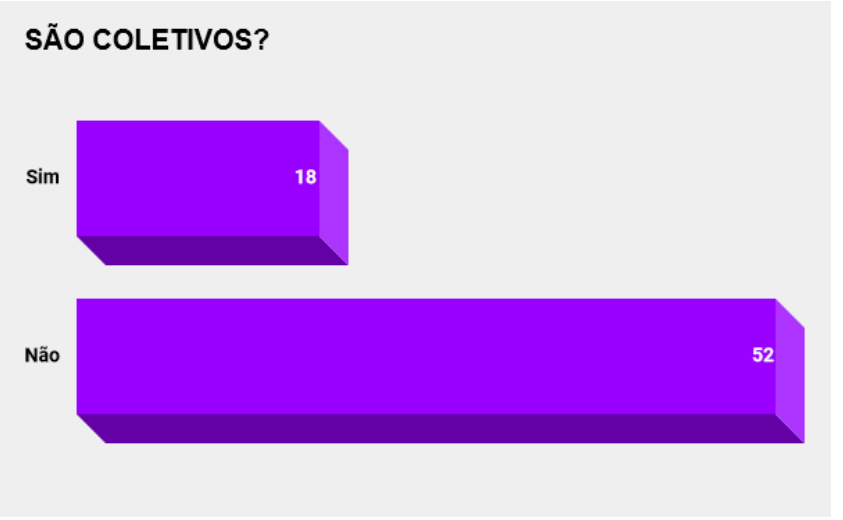
tornou-se máxima qualificadora do ideário neoliberal individualista. Apresenta-se como solução mágica à destruição dos empregos e dos direitos trabalhistas.

Gráfico 3: Empreendedores



Fonte: elaboração dos autores

Gráfico 4: Coletivos



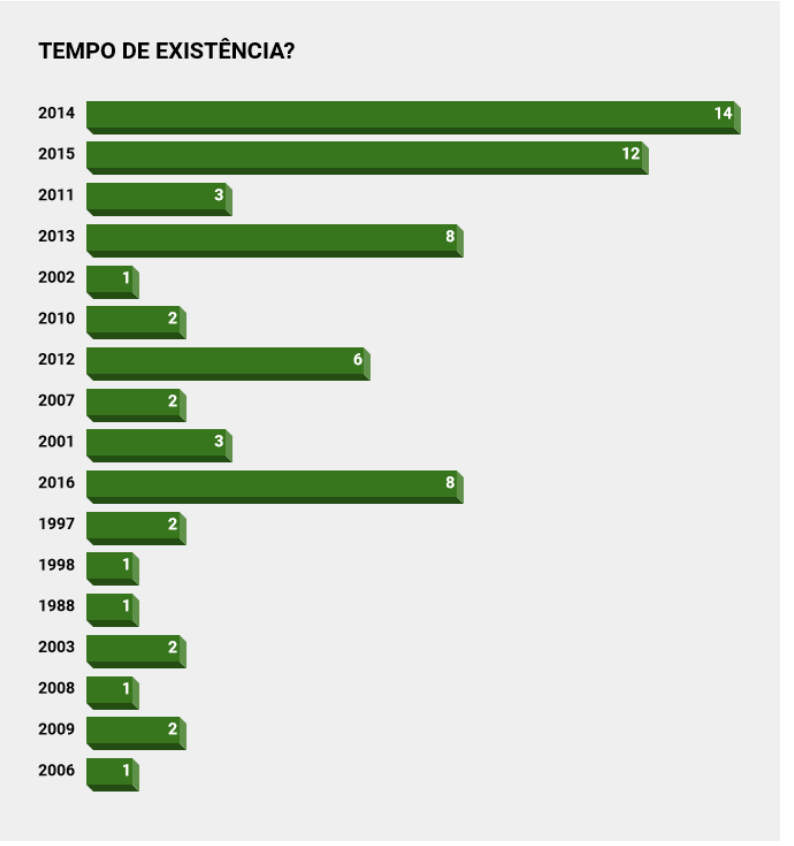
Fonte: elaboração dos autores

Com relação à categoria coletivo (Gráfico 4), 18 declaram-se como tal e 52, não. A crise do jornalismo não é apenas econômica e de tipo de suporte, mas é também de credibilidade. A globalização do sistema financeiro, a exploração das populações e a concentração de riquezas, fez com que pessoas em todo o planeta se mobilizassem por um outro modelo civilizatório, produzindo suas próprias informações, colocando-se em contraposição à mídia tradicional. Exemplos desses movimentos são: *Podemos*, na Espanha, *Yo soy 132*, no México, a *Primavera Árabe*, *Ocuppy Wall Street*, nos EUA e, no Brasil, as movimentações de 2013 pelo Passe Livre. Dessas condições, emergem um sem número de iniciativas de veículos que se autodeclaram produtores de jornalismo, de conteúdo audiovisual com o intuito de oferecerem informações que não estão nos meios tradicionais de comunicação. Buscam relações horizontalizadas e criam

novas rotinas produtivas em organizações mais democráticas, mas a maioria deles não se autodenomina coletivistas.

Como se pode verificar no Gráfico 5, grande parte dos "novos arranjos do trabalho do jornalista" nasceu a partir de 2011, sendo, portanto, resultado da confluência entre disponibilidade tecnológica, mobilização social e crise no mundo do trabalho. Cabe saber a longevidade que alcançarão. É preciso lembrar que esta é uma investigação que trata apenas dos *arranjos*, cujas iniciativas se encontram, de alguma forma, em ambientes digitais, do trabalho do jornalista, localizados em São Paulo.

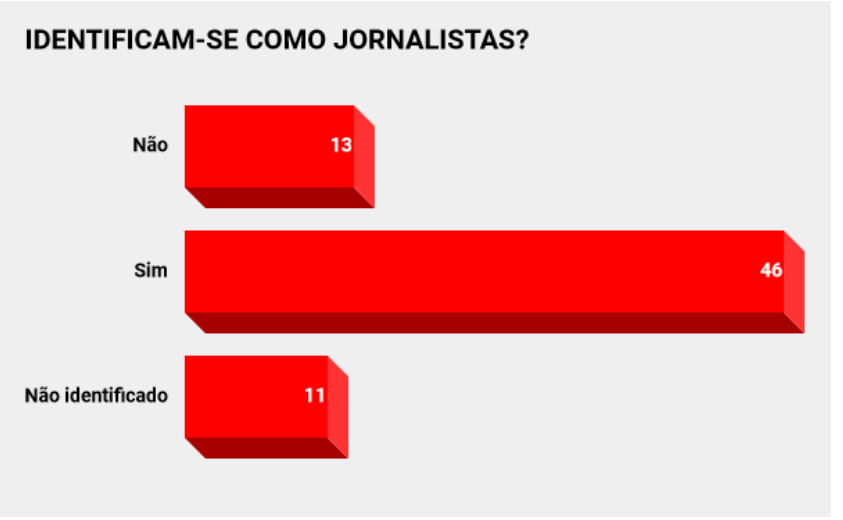
Gráfico 5: Tempo de existência



Fonte: elaboração dos autores

No Gráfico 6, observa-se que uma pequena parte desses "arranjos" não se autodeclara como jornalistas, embora possam produzir material que poderá ser identificado como jornalístico. Não se conseguiu identificar a profissão dos trabalhadores de 11 arranjos. Esse dado revela a fragilidade das informações autodeclaradas. Faltam elementos para se ter um perfil adequado de quem são os membros desses arranjos.

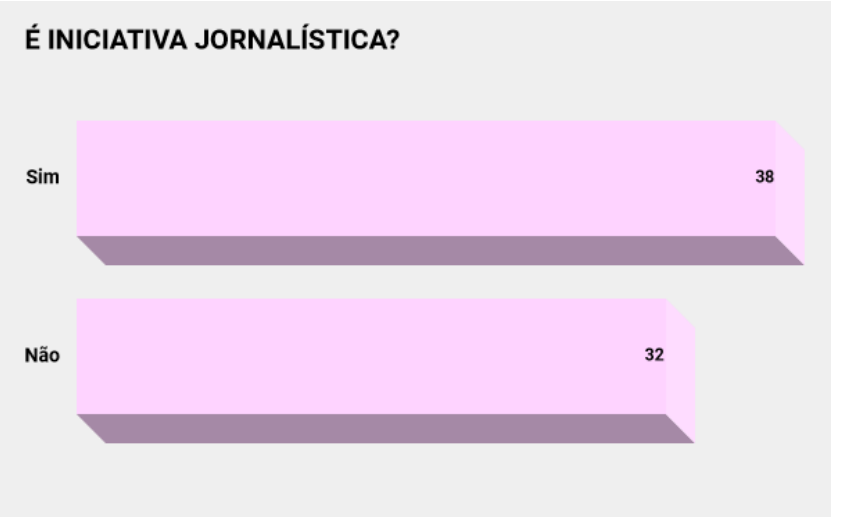
Gráfico 6: Auto declaração como jornalista



Fonte: elaboração dos autores

O Gráfico 7 permite visualizar a relação entre aqueles arranjos que se declaram como iniciativa jornalística e aqueles que não declaram desenvolver essa atividade. Vale lembrar que não declarar significa que não foi encontrado no site o enunciado sobre a autodeclaração profissional. Também é interessante problematizar a relação entre os jornalistas declarados como tal e os que não se declaram.

Gráfico 7: Iniciativa jornalística

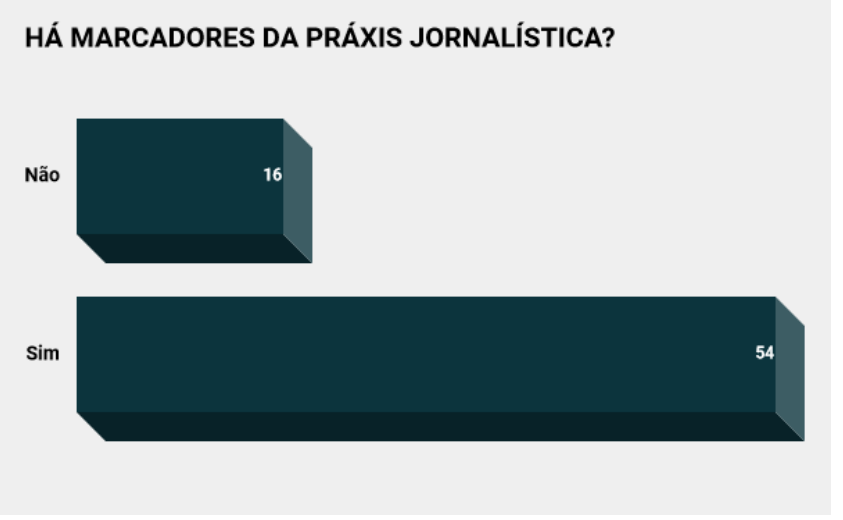


Fonte: elaboração dos autores

No sentido de compreender melhor a autodeclaração expressa em cada "arranjo", criou-se o reconhecimento por meio de marcadores da práxis jornalística (reportagem, notícia, apuração), ou seja, aqueles elementos enunciativos que nomeiam as práticas jornalísticas. O resultado dessa busca revelou que 16 "arranjos" não possuem tais marcadores e 54 os possuem. Esses dados confrontados com os dados dos Gráficos 7 e 8 também indicam que a autodeclaração não nomeia adequadamente os atributos e os perfis desses arranjos. A crise de credibilidade da imprensa tradicional pode estar interferindo no modo como esses arranjos fazem a auto-apresentação. Por outro lado, o termo produção de conteúdo tem sido expresso como forma de nomear práticas do campo jornalístico e também fora dele, criando certa ambiguidade. Conforme identificado, em arranjos que não se declaram como jornalísticos, foram encontrados marcadores da práxis jornalística –

materialidade que de alguma forma remete ao campo jornalístico – tais como: reportagens, entrevistas, revista, pautas, matérias.

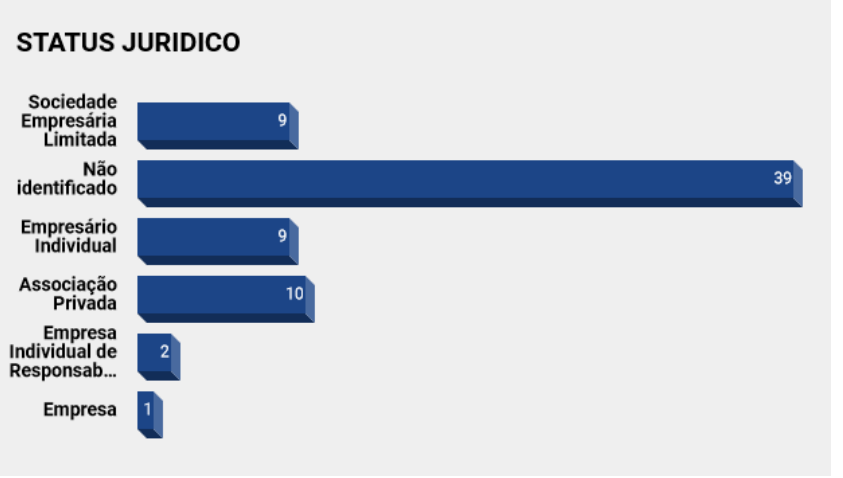
Gráfico 8: Marcadores da práxis jornalística



Fonte: elaboração dos autores

No Gráfico 9, pode-se observar o status jurídico desses arranjos. A maior parte deles está registrada como empresa. Embora, outro expressivo número desses arranjos não tenha identidade jurídica declarada. Inicialmente, a preocupação foi identificar qual o CNPJ deles, para se ter ideia do tipo de organização de que se trata. A situação é complexa. Praticamente dividem-se em dois grupos, aqueles que se declaram e têm CNPJ e aqueles outros em que a busca por essa informação não foi encontrada nem no site nem na base da Receita Federal.

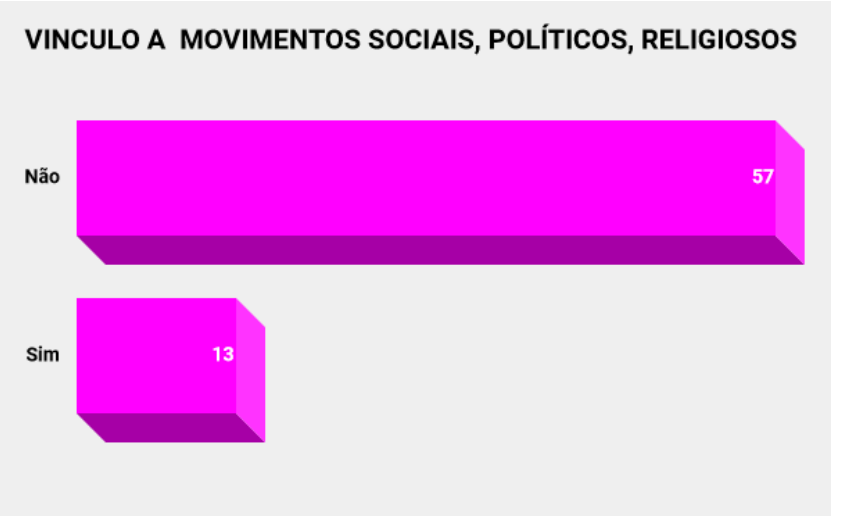
Gráfico 9: Status jurídico



Fonte: elaboração dos autores

Aqui, conforme mostra o Gráfico 10, tem-se uma controvérsia: embora a maior parte dos arranjos tenha nascido a partir de 2011, momento de intensas agitações sociais, a maioria absoluta deles declara-se sem ligações com o movimento social, político ou religioso. Esse é um fator a ser apurado e problematizado, pois permanece a mítica afirmativa de que o discurso jornalístico é neutro e objetivo. De certa forma, este dado aproxima os arranjos das práticas convencionais. Há assim, ao que parece, efeitos de aproximação e de distanciamento de uma forma convencional de fazer jornalismo.

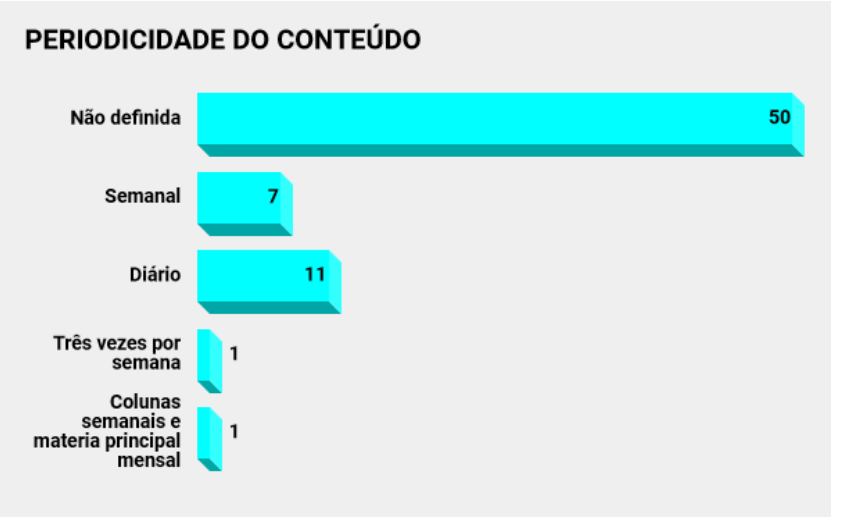
Gráfico 10: Vínculo a movimentos sociais, políticos, religiosos



Fonte: elaboração dos autores

Os dados do Gráfico 11 são surpreendentes, porque pressupõe-se que o jornalismo tenha como característica básica a definição de sua periodicidade. No entanto, os dados revelam que 50 desses arranjos estudados não definem a periodicidade. Esse dado pode indicar algo relevante sobre a questão: o que é a periodicidade na Internet? E também permite problematizar a dificuldade de se sustentar uma cobertura com periodicidade definida. Há precariedade na produção e, consequentemente do trabalho, que por esse indicador pode ser averiguada.

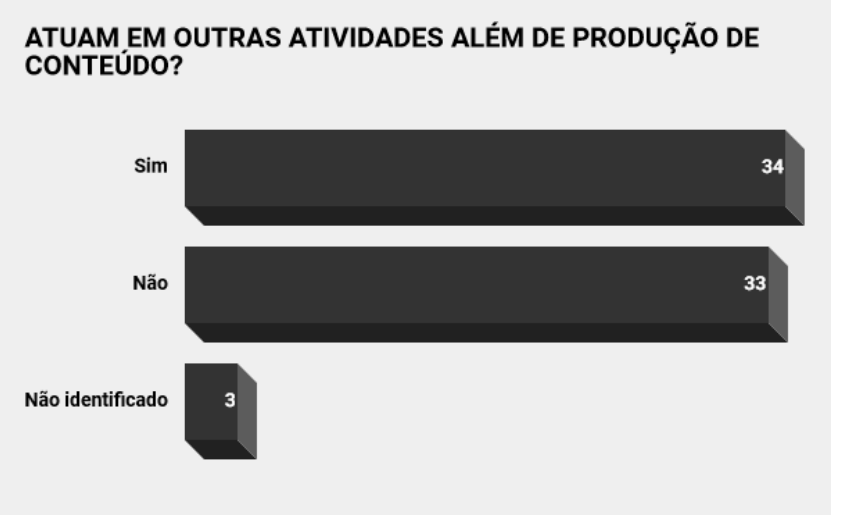
Gráfico 11: Periodicidade do conteúdo



Fonte: elaboração dos autores

Os dados do Gráfico 12 indicam que a busca pela sobrevivência leva boa parte dos trabalhadores vinculados aos novos arranjos de trabalho do jornalista a dedicarem-se a outras atividades de prestação de serviços. Ao estudarmos esse tipo de declaração, o que se tem é que palestras, cursos, assessorias, produção de livros etc. compõem o quadro de receitas. Esse dado revela que esses arranjos têm seguido as indicações de entidades que fornecem assessoria e cursos na área do empreendimento em jornalismo, muito embora o 'empreender' acabe por se configurar em diversas formas de manter o sustento. Pode-se falar em empreendedorismo por necessidade, muito diferente daquele ideário que propaga um modelo de sucesso como máxima absoluta.

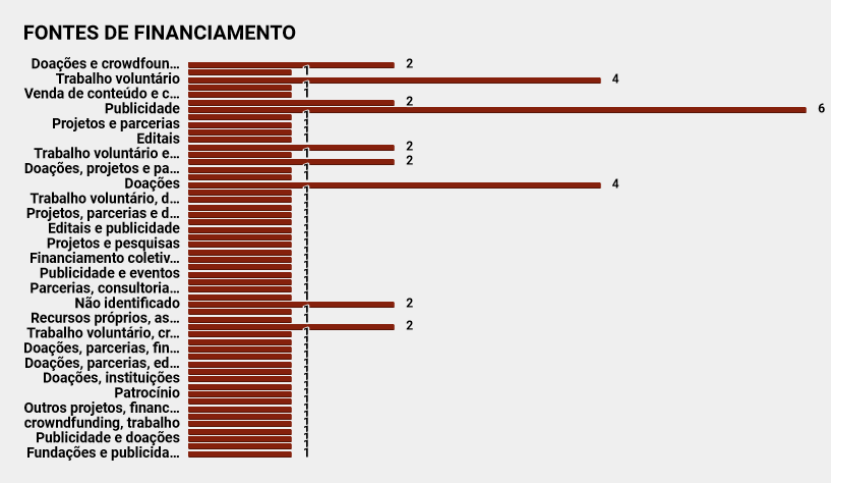
Gráfico 12: Atuação em outras atividades além da produção de conteúdo



Fonte: elaboração dos autores

O Gráfico 13 revela que há diversidade de formas de sustentação, desde o financiamento próprio, trabalho voluntário até anúncios, publicidade e apoios institucionais. As fontes de financiamento ainda necessitam de melhor apuração, até aqui temos tido dificuldades em identificar essas fontes e as suas respectivas formas de participação financeira expressamente declaradas. De qualquer maneira, a publicidade ocupa lugar nada desprezível. As fontes financiadoras também não estão explicitamente declaradas na maioria dos arranjos. Sabe-se de doações, mas não há a fonte doadora, por exemplo.

Gráfico 13: Fontes de financiamento



Fonte: elaboração dos autores

Os resultados parciais da primeira etapa da pesquisa mostram que os/as jornalistas são jovens (a maioria), que há um número expressivo de mulheres fundadoras e dirigentes, a maioria tem diploma de jornalismo e busca trabalhar no jornalismo, organizando alternativas de trabalho que denominamos arranjos alternativos do trabalho do jornalista. São iniciativas recentes com menos de cinco anos, sobretudo, apareceram no período entre 2011-2015, estimulados pela ampla participação da sociedade na arena pública e também pelo advento dos meios técnicos mais leves, baratos e com ampla margem de recursos para o trabalho em plataformas digitais. A maioria declara-se sem vínculo a movimentos sociais e a partidos e posicionam-se entre o alternativo e o independente aos conglomerados de mídia ou às influências políticas e econômicas do Estado e do "mercado". Não se veem como empreendedores e/ou inovadores e um terço desses arranjos se declara um organismo coletivo. Identificam-se como jornalistas

e declaram produzir conteúdo com marcadores da práxis jornalística. No entanto, além destes produzem outros tipos de conteúdo e exercem no arranjo outras atividades (cursos, palestras, edição de livros, assessorias etc.) para conseguirem viabilizar a sua sustentação. Ou seja, todos têm atividades diversificadas, para além do jornalismo, devido à necessidade de financiamento do próprio arranjo. Duas questões relevantes no quadro da produção jornalística: a periodicidade é mais estendida e flexível e os conteúdos são geralmente produções de reportagens que não demandam a exigência do acontecimento noticioso. Mídia Ninja e Jornalistas Livres trabalham mais com o conceito clássico da notícia enquanto acontecimento imediato de interesse público. Nexo e Agência Pública colocam-se mais próximos às concepções tradicionais do jornalismo. Fazem reportagens sem, necessariamente, tratarem de notícias do cotidiano. Os demais estão em nichos específicos: cultura, esporte, direitos humanos, violência, gênero, periferia etc.

4.2. Relato da etapa das entrevistas e grupos de discussão

4.2.1. As entrevistas

Do processo de contato e organização de uma agenda para os 29 arranjos participarem da entrevista, conseguimos garantir a participação de 25 arranjos e um arranjo da entrevista-teste. Os temas tratados nas entrevistas nos permitem uma síntese objetiva que nos leva aos seguintes relatos a partir das falas dos entrevistados.

Agência Pública

Mulher, branca, 26 anos de idade, mora em Campos Elíseos, pai era economista e a mãe é bióloga. É jornalista formada e atua na profissão há seis anos. Começou trabalhando com assessoria de comunicação. O arranjo é fundado em 15 de março de 2011, por três mulheres, duas atuavam na grande imprensa e uma era jornalista independente. Juridicamente, a Pública é uma ONG sem fins lucrativos e conta com 16 profissionais dos quais apenas uma não é jornalista, os demais são graduados em Jornalismo. Os profissionais eram contratados como pessoas jurídicas, mas estão mudando para contratos via CLT.

A Pública produz reportagens investigativas e fomenta o jornalismo independente no Brasil por meio de projetos como o Mapa do Jornalismo Independente e as microbolsas de jornalismo. Existe ainda a Casa Pública, centro cultural de jornalismo situado no Rio de Janeiro. Recebem financiamento da Fundação Ford e da Fundação Oak e realizam parcerias com outras instituições para projetos específicos, a exemplo do Greenpeace.

Os financiadores não interferem na linha editorial. Fazem parcerias com a grande imprensa para veiculação de conteúdos.

"Eu me incomodo um pouco com essa coisa de colocar o jornalismo independente como oposição, sabe? Como se a Folha, o Estadão *não* fizessem nada, absolutamente nada que preste. Eu não acho que seja por aí". (Entrevista ao CPCT)

AzMina

Mulher, branca, 29 anos, formada em jornalismo pela USP, em 2007, pai engenheiro, mãe dentista, mora no bairro de Santa Cecília. Trabalha há oito anos com jornalismo, passou pela Folha de S.Paulo e pelo Valor Econômico. AzMina significa Mulher de A a Z. Uma revista de viés feminista para dialogar com o público jovem. Motivação foi a crise do jornalismo, descontentamento profissional, trabalho precário, ambiente ruim, longas horas, assédio moral e sexual. Ascensão do feminismo, sobretudo, nas redes sociais. Queriam tratar do feminismo pelo viés da reportagem, não ser restrito à opinião. "Se você tirar o patrão da equação, talvez dê para remunerar o jornalista"...

Eram sete mulheres, quatro delas jornalistas. Hoje só uma toca a revista, as demais permanecem como conselheiras.

Divide o tempo de forma organizada entre AzMina e freelancers. Com o primeiro financiamento por crowdfunding, criaram a OSCIP, o site, pagaram contador, registro e o primeiro ano de existência. Continua com crowdfunding recorrente, as pessoas doam todo o mês. Cerca de 300 pessoas contribuem. Com isso, sustenta o trabalho dela, o site e o contador. Teve também apoio da Fundação Ford, da Fundação Open Society e da MamaCash. Também tem projeto educacional, faz palestras para empresas. Tira nota fiscal como MEI – Microempresário Individual. AzMina tem

espaço para um trabalho mais diversificado e sem pressão. Sobre independente/alternativo:

"A gente usa muito independente, alternativo eu nunca pensei. Porque acho que nem sempre a gente é alternativo, acho que às vezes a gente vai fazer coisas parecidas, e alternativo daria uma... acho que às vezes dá uma ideia de oposição, né, e não necessariamente a gente se opõe, até porque é isso, depois que essa *terceira onda do feminismo surge e consolida, inclusive as* revistas femininas passam a fazer jornalismo feminista e às vezes muito bom, porque elas continuam tendo uma estrutura muito maior do que nós temos." (Entrevista ao CPCT)

Brasis

Mulher, parda, tem 35 anos. Nasceu em Montes Claros, norte de Minas Gerais. Formada em Comunicação Social, na PUC de seu estado natal, fez mestrado em Antropologia na Espanha. A mãe foi professora de artes, mas hoje faz os serviços domésticos. O pai cursou Direito, mas também não atua na área, tem uma gráfica. Atualmente mora em Brasília.

O Brasis é um site de nicho cultural, criado em 2010, começou de forma espontânea tendo como origem o compartilhamento da biblioteca de pesquisa que constavam as informações e histórias do estudo de sua fundadora. Assim como outros arranjos, nasceu "na rede"

"Fazendo o projeto, uma coisa que despertou muito forte em mim era que, existe várias outras vozes, em todo o território brasileiro, trabalhando com essa mesma vontade, que é a vontade que me move, de compartilhar outras histórias brasileiras ou de despertar o conhecimento do Brasil, gosto de contar isso também, cada um na sua região, na sua temática, tem biólogos fazendo isso, tem geógrafos fazendo isso, jornalistas fazendo isso, e eu entendi que existe um movimento que eu também fazia parte dele, e foi aí que nasceu o Brasis, uma vontade que esse projeto acontecesse em rede de uma forma mais aberta, em que não fosse eu, que não fosse uma dupla os únicos produtores de conteúdo, que existisse um pensamento de editoria e de curadoria que fosse mais compartilhado, que muitas vezes eu pudesse aprender com outras formas de fazer, outras formas de contar história, e que eu tivesse apenas uma essência de um crivo editorial né, que tipo de histórias contamos, porque contamos essas histórias e como trabalhamos (...)". (Entrevista ao CPCT)

Central 3

É uma produtora de podcasts, ou seja, um lugar no qual os podcasts são gravados, editados e armazenados. Eles são como programas de rádio, com a diferença que seu conteúdo fica na web e o ouvinte pode escolher o quê e quando ouvir o que desejar. A Central 3 tem estrutura física própria onde tem "um estúdio profissional com mesas, cinco microfones, (...) A gente também tem câmera porque os programas ao vivo a gente começou a fazer transmissão é...em vídeo... então a gente tem como patrimônio assim o estúdio e essa infraestrutura....".

O entrevistado é branco, jovem, mora na Vila Leopoldina e é de uma família de classe média na qual a mãe é professora do ensino fundamental e o pai vendedor publicitário. Ele tem formação em História/USP, mas se aproxima do jornalismo, como colaborador, há 15 anos, em especial na parte digital, produzindo conteúdo para um blog. Em paralelo ele foi balconista, office boy, DJ, bibliotecário e, durante a faculdade, foi educador, em educação não formal, em instituições culturais e ONGs, e desde 2013 está na Central 3, sendo que até 2015 era colaborador e agora é "efetivo".

Na Central 3 há ainda os colaboradores, que são quatro, e os parceiros. Os primeiros são contratados por jornada, como Pessoa Jurídica - PJs, e têm programas específicos, já os parceiros têm o espaço disponibilizado para a produção dos programas. No entanto, colaboradores e parceiros não vivem de seus programas, eles têm outras atividades que garantem seus sustentos e alguns deles realizam os programas por hobby.

A iniciativa é sustentada pelo sócio-investidor e não busca por sustentação autônoma via publicidade, porque o investidor não considera

que o arranjo esteja maduro. O financiamento é feito de modo coletivo, via ouvintes, e por publicidades esporádicas. O que se percebe também é que esse jornalismo que eles dizem fazer tem a expectativa de se contrapor ao que é feito pela imprensa e lamentam a falta de estrutura - que a imprensa tem e eles não - que impede que eles façam coberturas cotidianas ou dinâmicas.

Centro de Mídia Independente, CMI

Mulher, branca, mais de 50 anos, formada em ciências sociais, pai técnico em eletrônica, mãe técnica em enfermagem. CMI tem origem no movimento antiglobalização, está presente em vários países, organiza-se com militantes voluntários. Tem um site para todo o país. Atuam sem hierarquia, professam o anarquismo. Seus membros têm capacidade técnica para dar suporte ao site e apoio aos movimentos sociais.

"CMI faz parte de uma rede internacional, todo o processo é horizontal baseado em consenso e discussão em lista de e-mail, reunião presencial, não tem direção (...) é um site com trabalho totalmente voluntário, que não recebe financiamento de forma alguma (...) então várias pessoas nessa rede de mídia, como um todo, acabaram indo pra esse lado da tecnologia, aí você tem uma onda de coletivos técnicos sendo formado no mundo a partir do Centro de Mídia Independente, o que é super legal, porque hoje esses coletivos são os que garantem a infraestrutura autônoma dos movimentos sociais do mundo (...)" (Entrevista ao CPCT)

Para explicar a forma de estrutura horizontal de funcionamento do CMI, cita o MPL – Movimento do Passe Livre: "A gente vem da mesma... do mesmo tipo de organização, o MPL foi inspirado nos movimentos antiglobalização como o CMI". Para explicar a recusa a apoios financeiros duvidosos exemplificam com a fundação de George Soros. Mais do que

produtores de conteúdo jornalísticos, se colocam como um movimento em rede internacional de apoio aos movimentos antiglobalização.

"Vaquinha, festa, vende camiseta. As vezes aparecem umas pessoas que doam dinheiro, doam dinheiro, se você não quiser nada em troca, tá bom, mas desde que você não seja o George Soros, porque a gente já recusou vários dinheiros dele, ele gosta bastante da rede, ele vive tentando dar dinheiro." (Entrevista ao CPCT)

Ciranda

Nesse arranjo foram duas pessoas entrevistadas no mesmo encontro. A Entrevistada 1 é parda, 60 anos, jornalista, mestre em comunicação, começou a trabalhar com 17 anos. A mãe era doméstica e o pai cobrador de ônibus. Trajetória semelhante ao da entrevistada 2 que começou a trabalhar com 15 anos, formada em jornalismo, mãe foi doméstica e o pai cobrador de ônibus.

A ciranda é um dos arranjos mais antigos da mídia alternativa fundada a partir da comunicação do Fórum Social Mundial e de um portal chamado "Planeta Porto Alegre" que trabalhava com as seguintes abordagens: a crítica ao modelo neoliberal (Editoria Outro Olhar); perspectivas e alternativas da luta pelo socialismo, eco-socialismo, etc. (Editoria Outro Mundo). A partir dessa experiência outros sites foram criados, como a Revista Fórum e o Outras Palavras. A Mídia Ninja também foi criada a partir da edição realizada na Tunísia (2013). O arranjo é um dos construtores do Fórum Mundial de Mídia Livre.

"A Ciranda nasceu em um momento em que a gente não tinha alternativas que juntassem as pessoas para fazer alguma coisa na comunicação. Então quando (...) vinha o Fórum [Social Mundial] a gente fazia uma cobertura conjunta com todo mundo que estava nesse 'projetão' aqui, que era internacional envolvia esse mundo do Fórum né. E na Ciranda a gente entrava para fazer uma cobertura que fosse mais vigorosa, importante, significativa pra

nós, do que aquela que viria de fora. Então a gente entendia isso como uma ação direta mesmo. O evento é nosso, é das lutas sociais e as lutas sociais é que se cobrem, os jornalistas dessa... Então ela era muito vinculada. Era esse site Planeta Porto Alegre que mobilizava pra acolher todo mundo". (Entrevista ao CPCT)

Democratize

Homem, negro, 31 anos, mãe é biomédica, pedagoga e trabalha como professora na educação básica de São Paulo. Ele é formado em Letras pela USP. Possui curso técnico em Teatro e registro de jornalista, mora na Vila Guarani. Trabalha formalmente na Fundação Perseu Abramo e além de ter trabalhado no Democratize, desde 2015, também possui um blog particular. Há 10 anos trabalha como jornalista independente.

Fundado em 2014 como uma agência de notícias, e suspendeu suas atividades no fim de 2016, pois os colaboradores estavam muito ocupados com seus empregos formais. A linha editorial do arranjo era análise de fatos políticos e econômicos. Sete pessoas eram voluntárias dentre jornalistas graduados, fotógrafos e jornalistas sem formação na área. Teve núcleo no Rio de Janeiro com oito voluntários.

O arranjo se mantinha por meio de campanhas de *crowdfunding* e por doações dos próprios colaboradores.

"Se você parte do princípio de que o jornalismo é um só, não tem como você fazer um jornalismo alternativo, ou você faz jornalismo ou você não faz... Se jornalismo é uma prática ética, retilínea independente da sua posição, enquanto repórter, enquanto editor, você pode ter uma tendência mais pra esquerda, mais pra direita sei lá, mas jornalismo é um só né, você ouve uma fonte, ouve outra, ouve um lado, ouve outro, dá o mesmo espaço, publica. Isso é fazer jornalismo, não tem como fazer jornalismo alternativo a isso, jornalismo é jornalismo". (Entrevista ao CPCT)

É Nóis

Mulher, branca, 32 anos, pai formado em Direito e trabalha com vendas e mãe costureira. Nascida em Mairiporã-SP, mudou-se para São Paulo para cursar Jornalismo na faculdade Cásper Líbero, onde se formou em 2007. Entrou no mercado de trabalho como assessora de imprensa, e não reconhece o trabalho como sendo uma atividade do campo do jornalismo. Assim, visando ingressar no que considera sua área profissional de fato, começou a atuar como jornalista *freelancer* para diversos veículos. Quando foi contratada como repórter fixa em uma pequena editora, passou a atuar voluntariamente em um projeto parceiro da Casa do Zezinho - ONG da Zona Sul de São Paulo.

A partir desta experiência de trabalho de formação em comunicação com jovens na periferia, resolveu fundar a É Nóis em parceria com outra jornalista, iniciativa idealizada como uma escola de jornalismo para a capacitação profissional de jovens que advém de regiões periféricas do município de São Paulo, e que também atua como agência de notícias.

Em sua visão, a É Nóis nasceu com o objetivo de formar jornalistas fora do contexto hegemônico, universitário, "central". Em seu depoimento, afirma que na época de fundação do É Nóis, o ingresso de jovens pobres no ensino superior era muito dificultado pela falta de acesso, quando programas como o PROUNI ainda não existiam. Assume a fundação do arranjo como o atendimento de uma "demanda de mercado" para oferecer mais acesso a informações e bens de consumo para a população, fenômeno de "ascensão da classe C", a "nova classe média".

"Primeiro a gente entendeu que existia uma falta de diversidade de vozes no jornalismo, que a gente via tanto no pequeno quanto no grande. E uma demanda muito grande por várias populações que queriam contar suas

histórias e não tinham muito espaço para fazer isso, ou não tinham ferramentas pra fazer isso e estavam querendo conseguir esse acesso para produzir conteúdo a partir das suas demandas." (Entrevista ao CPCT)

Envolverde

Homem, branco, mais de 50 anos, pai era jornalista, mãe funcionária pública, tem uma filha jornalista. Formou-se na USP como jornalista, trabalha no ramo há 45 anos, começou aos 15 anos de idade. Jornalista econômico, trabalhou na Gazeta Mercantil, Exame, Agência Estado e Dinheiro Vivo. Começou a pensar nas relações entre economia e meio ambiente. Trabalhou na Agência France Press, foi editor de meio ambiente do suplemento Terra América, circulava entre México e Argentina; no Brasil, atuou em 10 jornais. Daí surgiu a ideia de criar uma agência de notícias sobre o tema ambiental. Criou a Envolverde, empresa com CNPJ, em 1996. Ela vem se reconstruindo como modelo de negócio. Em 1998 já estava na Internet. Tinha uma equipe grande, 40 funcionários, faziam muitas coisas. Desde 2007, ela é uma ONG, uma revista digital sobre meio ambiente. Vende conteúdos para Agência Estado, Carta Capital, empresas sobre sustentabilidade.

Atualmente são seis responsáveis, três trabalham todo dia mais diretamente. Trabalha em média 10 horas por dia, de segunda à sexta-feira. As pessoas são remuneradas pelo projeto que trabalham. Contrata freelancer. É presidente da rede de jornalistas ambiental. Tudo o que produzem tem o eixo meio ambiente, sustentabilidade, infância e juventude.

Estuda formas de financiamento do jornalismo por meio de ODS – Objetivos Desenvolvimento Sustentável – ONU. Fazem curadoria de

conteúdo para empresas e outras mídias, reportagens, tem colunistas. Trabalham com interesse em políticas públicas.

Público – mais de 30 anos, ensino superior, muitos com pós-graduação. Site tem 40 mil leitores/mês; Facebook, 350 mil seguidores e Twitter, 46 mil. Também organizam eventos sobre sustentabilidade (congressos, cursos próprios e para empresas). Sede é alugada há 20 anos. Sobre jornalismo:

"o jornalista continua tendo a sua responsabilidade enquanto o formador de opinião, enquanto um agregador de credibilidade à narrativa, isso não... não mudou e não pode mudar, esse é o esteio do ser jornalista, o que você faz quando você trabalha como jornalista é garantir pelo menos uma integridade intelectual, tem uma coisa que as pessoas falam, que eu acho muito engraçado: o jornalismo tem a ver com a verdade, jornalismo tem nada a ver com a verdade, quem trabalha com verdade é pastor, padre, rabino, a verdade é coisa das religiões, o jornalismo tem a ver com honestidade intelectual, uma narrativa honesta, onde você vai dar a sua visão, a sua interpretação dos fatos de uma forma honesta, isso é o jornalismo, né! Claro, tem aquela coisa que o Mino Carta fala né, a verdade dos fatos, a gente tem que respeitar os fatos, sabe, os fatos estão aí, agora, como é que você interpreta os fatos, que que os fatos querem te dizer... como é que você cruza essas informações? Isso é a sua... integridade intelectual que faz, porque tem aquela velha piada do Editor que entrou na Redação, virou pro Redator e falou: "eu quero uma matéria sobre Jesus Cristo", aí o Redator grita: "a favor ou contra patrão (risos)" né?!" (Entrevista ao CPCT)

Farofafá

Homem, branco, 50 anos, formado em Farmácia bioquímica pela Universidade Estadual de Londrina (UEL) e, posteriormente, em Jornalismo pela USP. Natural de Maringá (PR), pai contador dono de casa lotérica, mãe dona de casa. Exerce jornalismo há 26 anos, com passagens pela Folha de S.Paulo, Carta Capital, campanhas políticas, Jornalistas Livres, além de atuar como freelance. O Farofafá surgiu em 2012 e é coordenado por ele e outros dois homens, egressos da mídia impressa.

O nome remete ao refrão de uma canção popular dos anos 70 do século passado. Referência ainda à cantora Fafá de Belém e à farofa. É uma empresa com os três profissionais como sócios. Começou cobrindo assuntos relacionados à música popular nacional, sem "(...) recorte, preconceitos de classe, de cor, de sexualidade, de gênero, de coisa nenhuma (...)". Noventa por cento do conteúdo é de elaboração própria ou de colaboradores voluntários. O restante é reproduzido de outros meios, que não a mídia hegemônica, da qual é crítico: "... o que a imprensa mais gosta de fazer é acabar com as pessoas (...)."

Como o Farofafá está alocado na Carta Capital, a maior parte do conteúdo é revertido para veiculação na revista, o que deixa o arranjo desatualizado e sem periodicidade. Acredita que, por conta disso, a iniciativa encerrará suas atividades no futuro. Não tem rotina de horário de trabalho definida. Participou de editais e até ganhou a Lei Rouanet, que não foi utilizada por não saber como obter patrocínio. Considera-se à frente de um arranjo independente, mas não alternativo:

"Independente, eu entendo que não tem grana nem da Folha, nem do Estado, nem da Globo, nem da Veja, nem da Carta Capital... (...) nunca gostei dessa expressão alternativo (...) eu tenho reservas com o Pasquim por exemplo (...) Eles tinham os mesmos defeitos que o PIG [Partido da Imprensa Golpista] tem (...) um dos eixos conceituais do Farofafá é ser um anti-Pasquim, é ser uma patota, sim, mas não uma patota que só existe pra privilegiar os seus amigos e que não é a patota racista, não é a patota machista, não é a patota homofóbica (...)."(Entrevista ao CPCT)

Jornalistas Livres

Mulher, branca, com 26 anos é formada em jornalismo e faz pós-graduação latu sensu no curso do CELAC, na ECA. Filha de pais militantes, a mãe é professora e o pai metalúrgico, teve bolsa do ProUni para cursar o

ensino superior. Nasceu em Itatiba, interior de São Paulo. É militante do Partido dos Trabalhadores, mas antes chegou a "flertar o PSOL". Já atuou na ONG Teto, no Mídia Ninja. Atualmente milita no Jornalistas Livres e no Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé.

O Jornalistas Livres "se apresenta como jornalismo democrático, plural, em rede, pela diversidade e defesa implacável dos direitos humanos". Foi criado em 12 de março de 2015 em meio às manifestações pelo impeachment devido à "necessidade urgente de enfrentar a escalada da narrativa de ódio, antidemocrática e de permanente desrespeito aos direitos humanos e sociais", apoiada pela mídia tradicional. Na sua fundação, foi divulgado um manifesto que evidencia a linha editorial do arranjo.

"O Jornalistas Livres, a Mídia Ninja, o próprio TV Drone, a Ponte, a Pública, várias experiências que a gente vê que são um meio termo mas que elas estão procurando ainda, eu vejo que vai se transformar, minha opinião pessoal. Acho que isso ainda vai se transformar. A gente está tendo muito esse debate ainda, agora nesse momento dos Jornalistas Livres. O que a gente é? para onde a gente vai? e tem vários debates. A gente vai se consolidar? A gente quer ser um movimento social? Não, a gente não quer". (Entrevista ao CPCT)

Justificando

Homem, branco, 28 anos, formado em Direito, filho de juristas, nasceu no interior de São Paulo, reside na Vila Romana, declara-se diretor de redação há quatro anos.

São três sócios, todos formados em Direito, atuaram juntos em defesa de militantes dos movimentos sociais no período de 2013/2014. Atuavam por meio de uma página na Internet chamada Advogados Ativistas.

Fundaram o Justificando, tinham sede emprestada dos pais de um dos sócios, depois passaram a uma sede na Av. Paulista, espaço usado em troca de serviços de produção de vídeo-aulas para um proeminente jurista.

Os sócios se dividem nas responsabilidades de editores de textos e do site, produtores de vídeo e gestão. O escritório tem duas estagiárias, ambas estudantes de jornalismo. A sede funciona em horário comercial e trabalham cerca de 10 horas por dia. Os equipamentos são próprios e se identificam como empresários. Os sócios são versáteis na edição de textos, vídeos e design. Eles têm parceria com a Carta Capital no uso do provedor e ampliação de público. Eles têm duas empresas: o Justificando e outra de produção de vídeo-aulas e assessoria a cursos. Têm seis escritórios de advocacia que são parceiros culturais em apoios diversos. Os colaboradores escrevem, mandam sugestões, notícias e formam um Conselho Consultivo.

Lançaram campanha para plano de sócios, o interessado paga R$ 19,90 por mês e têm direito aos cursos. Identificam-se com o pensamento crítico de esquerda; seu slogan: *mentes inquietas pensam direito*. Público-alvo são os juristas progressistas. Afirmam fazer jornalismo crítico e opinativo, com linha editorial clara vinculada aos direitos humanos e temas da diversidade.

Lado M

Mulher, branca, 23 anos, paulistana, cursa o último semestre de jornalismo na USP, faz estágio em uma multinacional. Família classe média, pai engenheiro, mãe advogada, mora na Aclimação. Lado M é um site sobre empoderamento feminino, criado em 2015, por ela e duas sócias, sendo que uma saiu. Tem CNPJ e existia antes como revista digital, chamada Gazeta

Feminina. O objetivo é "(...) mostrar as diversas realidades da mulher e construir, a partir disso, uma coisa mais igualitária para todo mundo, fazer pelo menos com que as pessoas pensem sobre essas outras realidades." Mantém parceria (não remunerada) com editora e distribuidoras de filmes para produção de resenhas e com TV de sinal fechado para divulgação do arranjo. Conta com mais de 80 colaboradoras voluntárias, a maioria em São Paulo, das quais 15 são mais assíduas. Não tem sede física nem equipamentos próprios. O trabalho é executado no local em que estiver. A iniciativa não é autossustentável e as sócias é que bancam financeiramente. Chegaram a fazer campanha de doação, que não deu certo.

Buscam patrocínios junto a empresas, cujo foco é oferecimento de palestras temáticas. Acredita que isso poderá consolidar a iniciativa no futuro, já que seu desejo é que o Lado M pelo menos se sustente e se torne referência na área de atuação. O conteúdo é próprio (tem bastante colaboração espontânea) e não recorre à reprodução de outros meios. As reuniões de pauta eram, no início, presenciais, na casa dela e reuniam 30 mulheres.

Hoje, usam o grupo no WhatsApp e, principalmente, o do Facebook. Sobe um texto por dia no site, antes ou depois do trabalho ou em momentos de folga do estágio. Redes sociais são atualizadas diariamente. Dedica de uma a duas horas, diariamente, para o trabalho no Lado M. Sobre alternativo/independente:

(...) a gente tem uma proposta diferente (...) A diferença é o nosso enfoque (...) a gente não tem amarras com ninguém assim, a gente não tem nenhuma amarra política, a gente não tem amarra empresarial, a gente não tem amarra. Então, a gente realmente fala as coisas como elas são. (...) a gente quer mais do que apenas informar. A gente quer fazer com que um debate seja construído sob determinados temas. (...) Não sei dizer se a gente é mais

independente ou mais alternativo. Independente somos porque a gente banca [financeiramente] no caso. (...) E alternativo eu acho que depende, vem da grande mídia, sim, é um veículo que eu acho que a gente começou a fazer isso antes da grande mídia começar a fazer. (Entrevista ao CPCT)

Mães de Peito

Mulher, branca, casada, 36 anos. Pai mecânico e mãe professora. Mora no bairro da Aclimação. Formada em Jornalismo em 2002 na Universidade Mogi das Cruzes. Começou a trabalhar com jornalismo fazendo estágio na faculdade em 2000. Trabalhou no Jornal da Tarde, Jornal Agora São Paulo e na Folha de S.Paulo. O blog Mães de Peito não é um blog de mãe e sim um blog jornalístico segmentado que produz informação voltada para pais – especialmente mães.

A vontade de criar um blog veio depois de ter se tornado mãe e perceber que faltava "informação de qualidade para mães". A criação do blog, no entanto, só aconteceu depois de ter sido demitida da grande imprensa (Folha) para a qual trabalhava há dez anos e que lhe ofertava estabilidade salarial e bom salário indireto, apesar da falta de liberdade, da precarização do trabalho e do valor de seu trabalho não ser reconhecido. Com o desemprego, investiu no blog porque poderia trabalhar com dignidade, liberdade, fazer bom jornalismo e acreditava que com ele ia conseguir se sustentar financeiramente.

Mães de Peito não se sustenta e não remunera a jornalista, ou o companheiro – esposo - que a ajuda. Escreve livros na tentativa de levantar recursos. Já participou de eventos gratuitamente, hoje só participa se for pago ou se o evento for muito importante. Não aceita patrocínios porque há questões éticas da profissão (jornalista) e da maternidade, que a impedem de negociar com empresas que querem ofertar produtos para mães por meio

de publicidade. Sabe das dificuldades em manter o blog sem este aporte financeiro. Como jornalista não sabe administrar sua mídia e vendê-la. Mas tem ideias de como conseguiria manter o blog com sua política editorial.

"se eu fosse falar francamente, o que você queria, eu queria que a Fundação Maria Cecilia, que o Instituto Alana, me dessem um dinheiro mensal, cada um me desse sei lá 2 ou 3 mil reais e que pra eles é dinheiro de pinga né, e eu pudesse fazer o site sem nenhum interesse publicitário, mostrando as iniciativas, as pesquisas deles, era isso que acho que é o topo dos meus sonhos." (Entrevista ao CPCT)

Atualmente trabalha como assessora de comunicação para se sustentar. Mantém o blog porque se realiza como pessoa e jornalista com ele. Faz jornalismo independente.

"eu tenho essa liberdade de fazer o que eu quero, receber denúncias de pessoas e levar isso a público, então é isso pra mim é que é o ser independente né, de fazer, de dar voz às pessoas que às vezes não têm voz, de poder levar casos que passariam despercebidos e trazer alguma mudança". (Entrevista ao CPCT)

Mídia Ninja

Mulher, branca, iniciou o curso de jornalismo em Minas Gerais, mas não o concluiu. Pauta seu discurso a partir do "nós", raras vezes dizendo algo em primeira pessoa do singular (eu). Mídia Ninja é um movimento originário de um coletivo chamado Fora do Eixo, uma rede de comunicação, cultura e comportamento com o objetivo de movimentar o mercado musical a partir do tripé "comunicação, circulação e distribuição", visibilizando bandas que não tinham vínculos com gravadoras. "Quando a gente abre a casa Fora do Eixo aqui em São Paulo (…) vem todo mundo para cá e faz um caixa coletivo. Então todo mundo que veio para a casa era dedicação exclusiva, cem por cento do seu tempo para aquilo ali. Morava

ali, trabalhava ali, e enfim aquilo ali é nossa vida". A casa era localizada no Cambuci. A partir dessa experiência eles se aproximam dos movimentos sociais. Ela é uma das fundadoras de ambos os movimentos, "(…) Foi meio que uma migração do circuito cultural para o movimento social, de a gente se entender enquanto movimento social das culturas, movimento social de novo tipo, que pensava comunicação, cultura e comportamento. (...) Então a gente fazia cobertura em tempo real das marchas, a gente fazia transmissão ao vivo, a gente fazia flyer, cartaz, meme, um monte de coisas para os eventos e a gente começou a fazer para os movimentos também". E, a partir da crise das redações jornalísticas, em 2013, o Mídia Ninja nasce como um veículo para publicar conteúdos de interesse social, representado pela sigla: Narrativas Independentes de Jornalismo e Ação (NINJA).

"Esses termos a gente sempre fica...É um debate de terminologia e que eu pelo menos não tenho um consenso e cada um fala um pouco de um jeito. Se é mídia independente, se é mídia alternativa, se é grande mídia, o que que é, se é mídia corporativa. Eu acho que é independente, por que enfim não dependemos do sistema financeiro, de empresa, de nada, a gente está fazendo por conta. Seja com doação, seja com nossos próprios recursos e nosso próprio tempo. Eu não gosto muito do sentido de alternativo que parece que um tipo B, um menor, um outro. (...) O conceito de alternativo eu ainda não encaixei muito bem, eu acho que é um pouco limitado, ele te coloca numa caixinha menor do que necessariamente você pode ser, mas a gente acaba usando às vezes o termo." (Entrevista ao CPCT)

Migramundo

Entrevistado com 32 anos, mora no Parque São Lucas, sendo a mãe secretária e auxiliar administrativa e o pai operador químico, mas que hoje trabalha como motorista. Fez jornalismo na PUC em 2009 e inicia o MigraMundo em 2012, fruto da experiência no jornal-laboratório e da frustração por atuar no UOL em "uma área muito mais de edição de

conteúdo para celular, então era raro ter alguma oportunidade pra escrever alguma matéria, aí era algo que me fazia falta".

Identificou que o tema das migrações poderia ser abordado e, como ele já tinha interesse no tema histórico fez a ligação com a migração contemporânea, em especial a dos haitianos na época, e passou a escrever um blog sobre isso. Um dia foi a um evento e disse: "Olha, quero entender melhor esse tema, tudo, tenho um blog chamado MigraMundo". Aí todo mundo: "Peraí, por que todo mundo olhou para minha cara? O que aconteceu?". Aí eu percebi que o MigraMundo era visto como uma fonte de informação e não como um simples blog, como eu via. A partir daí mudou sua relação com o blog na época, que se transformou em site em 2016. "Mas aí eu passei a ver o MigraMundo como uma fonte de informação e não apenas como um blog pessoal".

O MigraMundo passa de plano B para plano A quando ele é demitido. "Enquanto eu estive no UOL, eu tava tentando buscar fonte de financiamento, tentar entender modelo de negócio, como manter... como que ele poderia ter uma autonomia financeira, que é o que eu brigo hoje (…)". Enquanto a autonomia não se realiza ele divide as tarefas domésticas com a esposa e vive de freelas e plantões de final de semana nos jornais em um cenário completamente precarizado para o trabalhador jornalista: "Aí depois, hoje, tô fazendo limpeza, olho o whatsapp: "... você tá livre hoje... nesse final de semana pra fazer um plantão na *home* das 7 às 15?". Aí eu pensei assim "cacete, aniversário da minha mulher, né. Mas eu vou, né". Então assim, no mês que não era pra eu ter nada, eu tive dois finais de semana e uma cobertura de folga". E, por fim, afirma: "eu valorizo o

MigraMundo como site de jornalismo independente. Se integra no meio alternativo, mas muito mais independente".

Nexo

Mulher, formada em Ciências Sociais, mestre e doutora em Antropologia, o pai é advogado e a mãe pedagoga e publicitária. Mora em Higienópolis. Trabalhou com pesquisas acadêmicas, foi diretora de organizações brasileiras e internacionais que realizavam ações de prevenção à violência. Trabalha com Jornalismo há dois anos, desde o início das atividades do Nexo. É diretora do jornal Nexo, atuando na gestão do arranjo, porém também produz conteúdos sobre temáticas que lhe interessam. Nunca tinha trabalhado com jornalismo. Viu no jornalismo uma oportunidade de empreender e fazer algo que gerasse "impacto". A empresa oferece a infraestrutura necessária para o trabalho que é realizado dentro da redação durante a jornada de trabalho. Tudo é mantido com recursos financeiros próprios e receita de assinantes. Nexo não lida com o factual e os trabalhadores não vão para a rua para fazer as matérias. Fazem "jornalismo de explicação", "jornalismo de contexto" e se diferenciam da grande mídia em função da temporalidade do valor dos produtos jornalísticos que ofertam.

"os produtos que a gente produz, eles têm uma vida mais longa, e isso é fundamental pro nosso modelo de negócio também, então a nossa notícia não perde valor no dia seguinte, nem na semana seguinte, ela tem uma vida longuíssima." (Entrevista ao CPCT)

Recusa a expressão alternativo e explica por que:

"você pensar sua identidade por oposição a alguém é muito pobre do ponto de vista da ambição, então eu sou uma alternativa 'a' tal coisa... acho que a gente é mais forte do que isso, a gente tem um modelo Editorial próprio, enfim... vem com uma coisa propositiva mesmo, então... e acho também que é pouco estratégico, é... e acho que hoje em dia isso acaba cada vez mais... e falar em mídia alternativa significa assim a gente tá aqui pra disputar um *mainstream* também, a gente tá... a gente quer disputar um debate, a gente é menor, a gente é pequeno sem dúvida alguma, mas a gente quer disputar um debate público, a gente quer produzir um jornalismo que interessa a sociedade, então acho que essa é uma classificação que, ela não é estratégica, ela te desqualifica no final". (Entrevista ao CPCT)

Nós, mulheres da periferia

Mulher, negra, 30 anos, solteira; tem orgulho de dizer que nasceu e morou a vida toda na zona leste da capital. É filha de um casal de migrantes do norte de Minas Gerais, ele metalúrgico aposentado, e ela dona de casa, já falecida. Tem uma irmã casada, e atualmente mora sozinha com o pai. Ela e a irmã foram as primeiras da família a ter um diploma universitário.

Formada em Jornalismo (2008) e em Letras (2013), iniciou a carreira como revisora de textos; depois de algum tempo trabalhou na área de comunicação para o terceiro setor e para uma assessoria de comunicação. Em 2011, entrou para o Blog Mural, da Folha de São Paulo, e em 2014 criou, ao lado de outras colegas, o Nós, mulheres da periferia. Começou a trabalhar em arranjos independentes por sentir-se desmotivada com a profissão, mas ambos não são a sua principal fonte de renda.

Todas as integrantes do Nós, mulheres da periferia mantém outros empregos ou fonte de renda; encontram-se pessoalmente uma vez por mês na casa de uma das integrantes ou em locais públicos do centro da cidade. Uma das preocupações é a organização financeira do grupo; pretendem contratar uma pessoa para cuidar do CNPJ, cuidar de prêmios e dinheiro

arrecadado em editais, assim como contatar entidades que as ajudem financeiramente. Considera o arranjo como independente da grande mídia, embora o jornalismo que produzem tenha foco editorial no eixo de gênero, raça e classe. "Mas a produção jornalística em si é comum que a gente faria em qualquer outro meio".

Novelo

Homem, 29 anos, mora em Itapetininga, é administrador e faz doutorado em estudos organizacionais. O pai não tem formação acadêmica, a mãe é formada em Letras mas trabalha como artesã. Trabalha desde os 13 anos de idade, hoje é professor. O arranjo é composto hoje por três colaboradores, foi fundado em 2015 por quatro homens com o intuito de ser uma plataforma colaborativa de curadoria de conteúdos progressistas que podem ser artigos, entrevistas e até mesmo poesias.

"A gente quer estabelecer e sempre quis desde o começo, estabelecer o espaço de diálogo e não de ataques como a gente vê hoje". (...) "Eu acho que sim é um trabalho de comunicação, não aquela coisa de levar a mensagem não, mas é um trabalho de comunicação porque parte desde o autor ou autora tentando elaborar um texto que só isso já é um ato reflexivo bem importante para quem está fazendo um texto. Até o ato de alguém ler e conseguir captar uma ideia, dialogar com o autor ou autora, enfim mas não é jornalismo, a gente define como uma plataforma de pessoas que têm a possibilidade de colocar suas palavras ali. A gente sempre fala O novelo é um emaranhado de ideias, que você consegue colocar nessas ideias suas palavras e aquilo que você quer dizer". (Entrevista ao CPCT)

Opera Mundi

O representante é pardo, nasceu em Iepê, interior de São Paulo. A mãe foi professora e o pai bancário. Devido a profissão do pai, morou em diferentes locais do país. É jornalista formado na Escola de Comunicações

e Artes em 1992. Antes de trabalhar no arranjo pesquisado, trabalhou na Folha de S. Paulo, no Estado de S. Paulo, na Última Instância.

O Opera Mundi, foi lançado em 2008, se propõe a fazer uma ampla cobertura da política internacional com "incursões na área da cultura, comportamento e debate ideológico" (Ceravolo e Terra, 2014:07). Assume-se o posicionamento de esquerda e afirma que "nunca abriu mão de princípios e fundamentos do fazer jornalístico informativo" com a influência do jornalismo da imprensa independente e alternativa.

"Então, você tem Carta Maior que, no começo, era um site de direito e depois abandonou, você tem o Conjur, o Última Instância, então havia uma segmentação nessa imprensa independente nova, de novos donos – nunca discuti isso claramente, mas – que havia espaço e a necessidade de ter um site de política internacional com foco em América Latina". (Entrevista ao CPCT)

Outras Palavras

Homem, branco, mais de 50 anos, experiência no jornalismo, militância no Fórum Social Mundial; origem de São Paulo, pais de classe média, mora no bairro da Consolação, São Paulo, jornalista formado na USP.

Equipe de cinco pessoas, contando com o entrevistado, sendo três jornalistas, um formado em ciências sociais e outro em multimeios. Vínculo informal, trabalham na sede cerca de 30 horas semanais; têm recursos de doações de 900 pessoas, cerca de 20 mil reais, mais de 70% usados para pagamento de pessoal. Tem 80 colaboradores que escrevem com certa regularidade e não cobram. A equipe edita os textos. As pautas são coordenadas por dois ou três membros da equipe com supervisão do fundador. Fazem jornalismo de análise e ensaios sobre os grandes temas

nacionais. Não trabalham com notícias nem reportagens. Produzem vídeos. Promovem livros, peças, filmes, mas não cobram. Identificam-se como trabalhadores. Têm um boletim semanal renovado três a quatro vezes e enviado para os assinantes. Tem 10 mil acessos por dia. Sobre ser alternativo e/ou independente declara:

"Mas nós não esperamos simplesmente ser alternativos, nós achamos que é preciso resgatar o jornalismo por isso que eu brinquei no começo, eles não fazem mais jornalismo. O jornalismo que foi um instrumento importantíssimo da democracia, assim como a democracia está decadente o jornalismo está totalmente decadente. Então nossa missão não é ser alternativo, nossa missão é resgatar e reinventar o jornalismo, como será o jornalismo para uma sociedade pós-moderna, digamos? Muito dificilmente serão as redações industriais, muito dinheiro, centenas de profissionais, hierarquias super rígidas. Mas como substituir isso? Como fazer isso que a gente gostaria? Como publicar toda semana sobre a Síria por exemplo? Você precisa de gente. Talvez um arranjo em redes possa ser possível, esse que a gente quer experimentar em uma escala bem pequenininha ano que vem. Então nós somos isso, uma alternativa ao oligopólio das comunicações, mas nossa ambição é ser um novo projeto, um projeto de resgate do jornalismo." (Entrevista ao CPCT)

Periferia em Movimento

Homem, pardo, 30 anos, casado, nascido em São Paulo. Mora no Grajaú, zona sul de São Paulo, e é filho de um motorista autônomo e de uma comerciante. Formou-se em jornalismo em 2009, mas ingressou no mercado de trabalho em 2001, como empacotador de supermercado. Começou a atuar como jornalista em 2007, como estagiário/repórter na Editora Executivos Financeiros, depois trabalhou na Editora Padrão e como editor assistente na revista No Varejo. Revela um conflito entre o desejo de trabalhar na grande imprensa, cursar uma faculdade na periferia e frequentar lugares de luxo por conta do estágio.

A ideia do *Periferia em Movimento* surge em 2008, como projeto de Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo. Ao lado de duas colegas,

também moradoras do Grajaú, ele desenvolve um documentário chamado "Grajaú na construção da Paz", evento que surge a partir de movimentos sociais e igrejas locais. A partir desse trabalho, o grupo tem a ideia de criar um blog, o *Periferia em Movimento*, voltado para as pautas da periferia. Conta que a professora que escolheram para orientar o trabalho não entendia a proposta. "[...] Não foi só uma desconstrução da mídia, ... dessa mídia hegemônica também, foi no macro e foi no micro... e a gente também foi percebendo ... por mais que boa parte dos estudantes dessa universidade sejam moradores de periferia, essa universidade não foi criada pra atender as demandas de quem mora nas periferias".

Criado em 2010 com o apoio do programa Valorização de Iniciativas Culturais (VAI), o *Periferia em Movimento* hoje tem sete integrantes, sendo quatro jornalistas. Sobrevivem do dinheiro de editais e de apoio de fundações. Afirma que o arranjo o fez desenvolver habilidades que desconhecia, de questões administrativas a falar em público. Embora consigam sobreviver do arranjo, ele trabalha em outro local para complementar a renda. Como meta, pretendem se constituir juridicamente enquanto associação, para influenciar políticas públicas para garantia de direitos fundamentais.

Pressenza

Homem, branco, 35 anos, nasceu em São Paulo e tem dupla nacionalidade – é brasileiro e espanhol. Formado em rádio e tv, fez curso de extensão na PUC em Filosofia. O pai cursou direito (por obrigação do avô). Hoje os pais têm uma banca de jornal. A (Agência) Pressenza é formatado como uma agência de notícias internacional, que se espraia por 24 países e

conta com serviço diário de disseminação de informações e conteúdos em inglês, italiano, espanhol, francês, português, alemão, grego e catalão. No Brasil, além da capital paulista, a iniciativa está presente nas cidades de Recife, Rio de Janeiro, Brasília e em outro município da região metropolitana de São Paulo.

"(...) a Pressenza surge da Marcha Mundial Pela Não Violência, que foi feita entre 2009 e 2010, que é uma marcha, a gente brinca que foi uma marcha que deu a volta ao mundo em 90 dias, porque um grupo de uns 30 ativistas começou na Nova Zelândia e terminou na Argentina. Eles foram passando em diversos países e foram se organizando em manifestações (...) a Pressenza surgiu meio que para acompanhar essa equipe base e todos, o que ia acontecendo, e foi feito, tem tudo registrado da marcha mundial pela paz e não violência, foi em 2009, depois que acabou a marcha, a gente falou, bom, já que tem toda uma turma de comunicação super bem estruturada, quem começou isso foi a Pia, que é do Chile, e a Nelse, do Equador, falei "Ah, vamos manter, né, uma agência especializada em direitos humanos, paz, não violência, acompanhar isso, desarmamento, principalmente o desarmamento nuclear, mas também desarmamento local (...)" (Entrevista ao CPCT)

Viomundo

Homem, branco, tem 60 anos. Nasceu em Bauru, interior de São Paulo e quando era adolescente fez intercâmbio nos Estados Unidos. Quando voltou, ingressou na Escola de Comunicações e Artes. De Nova Iorque, trabalhou para a Manchete, SBT e para a Globo. Começou a trabalhar com 12 para 13 anos em um jornal da cidade natal. Seu pai é um imigrante português que era soldado e veio ao Brasil para "não lutar com Hitler". A mãe está viva com 94 anos (não foi informada a profissão).

O Viomundo começou como um blog pessoal de seu idealizador, um jornalista de renome da área televisiva, e foi um dos primeiros da chamada blogosfera. É organizado ao redor de três profissionais: o criador, uma jornalista (editora) e um publicitário que reside em Portugal. O arranjo

foi criado em 2002 pelo jornalista para contar o que não cabia na matéria exibida na tv. Tem grande rede de colaboradores construída ao longo dos 16 anos de existência.

"E eu ficava muito frustrado, porque eu lia muito, sabia muito do assunto e falava 'puta que pariu, como que eu vou fazer pra colocar isso em um minuto?', e aí um amigo meu, que era desde muito cedo lidava com... Aliás ele é dono de uma grande empresa, Hostnet, de hospedagem de sites no Brasil, e ele me falou 'olha, vamos montar um site! Porque aí você senta e a noite você escreve as coisas que você não colocou na televisão... Vai escrevendo'. E eu sentia essa necessidade muito grande de... Por causa da alienação em relação ao meu trabalho também. Eu achava que eu tinha muito mais para oferecer do que aquilo que a Globo permitia que eu colocasse no ar. Aí foi por isso que eu fui pro blog".

Volt Data Lab

É uma agência de notícias que começou como um blog no final de 2014 quando o seu dono, que estava começando a estudar programação, resolve atrelar o know how jornalístico que tinha ao trabalho com dados. O entrevistado tem 33 anos, pai dentista e mãe professora de inglês. Sua intenção era estudar na Fundação Getúlio Vargas, mas com suas expectativas frustradas pela reprovação entre estudar outro curso em uma instituição pública ou em uma privada de renome, ganhou a iniciativa privada e ele foi para a Mackenzie. A formação em jornalismo era para ser provisória, "vou fazer um semestre", pois havia a pretensão de ingressar na GV, mas por "curtir a disciplina e a ética do negócio", deu continuidade a essa formação. Percebe-se que na própria expressão do entrevistado o jornalismo é visto como um negócio e que essa proximidade com o mundo empresarial sempre esteve presente na formação do entrevistado. Atualmente ele se considera "jornalista empreendedor", que é diferente de ser um jornalista empregado, pois este tem uma carga negativa, como

veremos adiante, e é superior aos jornalistas freelancers que são profissionais demandados pelas necessidades dos outros ou comandados pelas suas ("eu não faço mais freela").

Vozes da Periferia (Vozes)

Homem, negro, 26 anos, filho de migrantes nordestinos, pai metalúrgico, mãe diarista; foi o primeiro na família a fazer faculdade. Trabalhou desde os 13 anos como vendedor nos faróis nas avenidas, depois numa empresa têxtil de moda, ocupou várias funções. Conheceu a namorada na igreja, entrou na faculdade aos 22 anos; fez estágio entre 2013 e 2014. "A faculdade foi um aprendizado, uma das melhores apostas que eu fiz". Terminou a faculdade em 2015 e foi efetivado na área de comunicação da Fundação Nossa Senhora Auxiliadora, saiu de lá para assumir um posto no projeto de produção do programa Conversa com Pedro Bial, na Rede Globo, mas ficou pouco tempo. Criou o Vozes de Vila Prudente em 2013 com o objetivo de "mostrar que as pessoas da favela não podem ser removidas", época das obras do metrô no local. A ideia do jornal começou com o Trabalho de Conclusão de Curso e continuou como forma de construir um portfólio. Conseguiu adesão das lideranças da área e de mais dois jovens para trabalhar no projeto de comunicação. Com as publicações das histórias dos moradores, conseguiu interlocução com a Cia do Metro e com a Prefeitura. A comunidade teve algumas vitórias, as famílias não foram removidas.

Entrou em contato com a Brazil Foundation de onde veio apoio financeiro para publicação de quatro edições do jornal impresso e outras atividades em 2015, 2016 e 2017. Participou de encontro de líderes e

formação; promoveu cursos com a participação de dois outros jovens amigos, um do bairro de Brasilândia e outro do Jardim Sinhá, Sapopemba. A Brazil Foundation fez campanha internacional para apoio a 100 organizações sociais no Brasil, o Vozes foi uma delas. Hoje, são oito amigos que compõem a equipe do Vozes, dois são jornalistas. Todos trabalham remotamente, mas reúnem-se por vezes em local cedido pela igreja da favela desde 2015. Têm alguns equipamentos (computador, gravador e máquina fotográfica). Todos são voluntários e têm outros trabalhos de onde tiram seu sustento. Afirma produzir jornalismo local, comunitário. Diz-se independente e alternativo. Por questões de segurança não podem tratar de certas pautas. O projeto para 2018 é participar da Franquia Social de Carlos Wizard.

4.2.2. Grupos de discussão

Aspectos gerais

O primeiro grupo de discussão foi composto por representantes dos seguintes arranjos: Agência Pública, Mídia Ninja, Justificando, Imprença Brasileira/Democratize, Jornalistas Livres, Periferia em Movimento, Opera Mundi e Nós, Mulheres da Periferia. O segundo grupo foi composto por representantes dos arranjos Farofafá, É Nóis, Central 3, Mídia Independente, Brasis, Ciranda e Outras Palavras. Ambos os grupos ficaram bastante equilibrados em termos de homens e mulheres, mas no primeiro os respondentes eram mais jovens e mais ativistas. No primeiro grupo ficou mais evidente o aspecto da militância e coisas relacionadas a ela, o que não

teve tanto destaque no segundo. No segundo a predominância ficou mais voltada às questões do jornalismo e à sobrevivência dele e dos jornalistas.

Entre os grupos havia quatro pessoas que não eram formadas em jornalismo, portanto a minoria dos participantes. No primeiro grupo, eles entraram nessa área pelo desejo de atuar como jornalistas, mas muito para colocar em evidência coisas que a grande mídia não cobria ou cobria de forma enviesada. No segundo grupo aparece mais o aspecto de realização pessoal do sujeito de trabalhar no jornalismo, porque é algo que gosta, mais do que uma preocupação social ou com a representatividade na mídia ou na sociedade.

Outro aspecto comum a ambos os grupos é a exígua quantidade de gente que sobrevive ou que tem relação laboral direta remunerada com os arranjos. Eles são compostos por grupos de uma a sete pessoas em relação direta e os demais produtores de conteúdo são os "colaboradores" ou "voluntários". Há também precariedade dos ambientes de trabalho. Poucos têm um local específico destinado para o exercício da atividade jornalística, com materiais e espaços próprios para isso. A atividade é exercida pela maioria a partir de equipamentos próprios, em especial o celular, e nos horários possíveis, sem muito regramento.

Também ficou evidente que poucos conseguem transitar bem nesse universo quando o assunto é sustentabilidade financeira. A maioria dos respondentes tem outras alternativas, como freelancer ou subempregos ou empregos em outros lugares, para sustentar-se financeiramente. No primeiro grupo, destacou-se a busca por essa sustentabilidade via apoio de organizações e fundações, mas no segundo houve uma discussão a respeito

do risco que essas fundações poderiam representar para a independência do arranjo e ponderações quanto a isso.

Diferentes posições no regime produtivo

A possibilidade dada pelas plataformas digitais de trabalhadores do jornalismo constituírem veículos de comunicação, que em nossa pesquisa denominamos de arranjos produtivos à mídia tradicional, suscita a reflexão sobre as posições ocupadas por esses trabalhadores no sistema de produção e circulação da informação. A escuta dos dois grupos de discussão aponta para modelos variados de manutenção das iniciativas e inserção desses trabalhadores no modo contemporâneo de produção do jornalismo. A falta de emprego na mídia tradicional ou a manutenção de vínculos frágeis ou precários com o mercado da comunicação acarreta consequências na vida e nas práticas jornalísticas desses trabalhadores. Freelances, trabalhos em assessorias de comunicação, editoras, cursos de comunicação compõem a rotina desses trabalhadores que buscam manter sua atividade de jornalista. Nem todos são formados em jornalismo, mas sua identidade é definida pela atividade que exercem ou o vínculo que mantêm com o arranjo. Neste panorama de múltiplas atividades e fontes de renda, há uma intensificação da rotina, aspecto percebido como necessário para dar conta da sobrevivência pessoal e da própria iniciativa. Alguns fazem a crítica a esse modo de organização da produção, associando-a à precarização.

A atuação como freelancer é uma forma de manter a sobrevivência individual e continuar buscando, via o arranjo de mídia alternativa, uma forma de ocupar outro espaço no regime produtivo mais condizente com um ideal de comunicação ou jornalismo. O trabalho assalariado, com

registro em carteira e dedicação exclusiva, é pouco presente. Uma das participantes (Agência Pública) dos grupos de discussão trabalha no regime assalariado, porém, não realiza uma atividade plenamente jornalística: intitula-se coordenadora de comunicação, assemelhando-se na descrição de sua atividade ao profissional de relações públicas. No entanto, não fica claro se ela tem registro em carteira ou se mantém outra forma de vínculo com a agência. Outro participante diz ter registro em carteira e produzir podcasts (Central 3). São raras as iniciativas em que estes trabalhadores têm dedicação exclusiva às atividades. Vivem entre ter mais autonomia para produzir o jornalismo em que acreditam ou praticar políticas de financiamento que talvez levem a compromissos indesejáveis. Seria necessário assumir o arranjo como um ´empreendimento´, ainda que este seja um ´negócio social´, que funciona ancorado em práticas de captação de recursos realizadas no meio empresarial. Essa possibilidade é indicada e buscada por alguns, mas as falas da maioria deles preferem alternativas mais isentas de compromissos.

O representante do Farofafá, que mantém a iniciativa com outros dois jornalistas, é um dos que vivem de "freela". "Então nós três temos o Farofafá e ao mesmo tempo não temos nada, ganhamos uns 30 centavos com o Farofafá, sempre tentando entrar em edital e tentando encontrar uma maneira de sustentabilidade que a gente nunca encontrou e paralelamente a isso fazendo freelas para sobreviver", afirma o representante do Farofafá. Os vínculos com o mercado tradicional na comunicação não se desfizeram, porque os "freelas" são a garantia da sobrevivência. O sujeito reconhece a precariedade da sua condição de trabalho, determinada também pela atividade em veículo de comunicação:

"Em 2016, eles chamaram a gente para propor que assumíssemos a editoria de cultura deles, no esquema de precarização total. Ganhando um terço do que eu ganhava na outra jornada. Só que assim, agora a gente não vive dentro da redação. Cada um dos três vai lá uma vez por semana, na terça-feira, hoje, que é o dia de fechamento. A gente não tem o convício da redação, mas tem um pouquinho, de resto a gente trabalha em casa." (representante do Farofafá)

Ou seja, o trabalho na empresa jornalística onde presta serviços é precarizado, cada vez mais intermitente. O arranjo Farofafá para ele é um espaço de exercício profissional de maior satisfação, mas também não provê recursos para sua sobrevivência.

Ter um emprego no horário comercial e um arranjo jornalístico alternativo para dar vazão às preocupações sociais é a opção encontrada pelas representantes do coletivo Nós, mulheres da Periferia. O trabalho para o arranjo é feito nos intervalos do trabalho, ou durante a madrugada, o que aumenta a sobrecarga de trabalho dessas mulheres. A falta de tempo e de disponibilidade para a publicação determina o tipo de jornalismo que é produzido. Os fatos do dia a dia – "a pauta quente" - não podem ser cobertos.

"Mas diferente destes outros veículos que vocês trabalham, a gente não trabalha com o quente, até porque a questão de estrutura pra gente é um pouco anterior no sentido de que a gente enquanto grupo não consegue também dar conta da pauta quente, da coisa mais investigativa, porque a gente não tem fôlego, porque nós somos um grupo de mulheres que todas trabalham em horário comercial, então a gente trabalha nove, dez horas por dia, atravessa a cidade para trabalhar e a gente tem os intervalos do trabalho para fazer isso, a madrugada. Então a nossa rotina é diferente, acho que dos outros veículos que estão aqui." (representante do Nós, mulheres da Periferia).

Mesmo que a dedicação ao arranjo aumente, como possibilidade de renda, como é o caso da representante do site Brasis, os vínculos trabalhistas não são formalizados e o trabalhador se torna "freela fixo", forma

encontrada para se manter e continuar trabalhando em algum projeto que se alinhe à sua visão de mundo, algo que tenha "propósito", ou que represente sua "realização". Ao relatar sua rotina, demonstra a consciência da precariedade de sua atividade:

"Então eu virei freela, no esquema de freela fixo, mas há três anos, eu faço parte do Brasis (...) No ano passado comecei a trabalhar muito porque a Brasis começou a ter alguns projetos remunerados, eu comecei sem nenhuma remuneração, começou a rolar projetos que eu achava que tinha que fazer, dinheiro, realização. Minha realização está no Brasis e no dia a dia não é tanto realização assim. Então eu comecei a trabalhar insanamente, eu comecei a ganhar mais dinheiro, mas eu estava morta, não tinha saúde mental. Isso foi o ano passado, agora comecei a revisar muitas coisas e começo a entender essa questão trabalhista, eu achava coitada de mim, que só eu ficava gente esse negócio de freela fixo é muito estranho, esse conceito, comecei a questionar que liberdade é essa? Que autonomia é essa? Eu achei que eu passava isso sozinha, e eu comecei a falar e as pessoas se identificando. E tem uma coisa também, não sei se acontece com vocês, mas as relações de trabalho ficam uma coisa de amizade, parece um favor, parece que volta, parece que regride, parece que voltam assim formação do Brasil patriarcal. Eu olhando tudo aquilo e pensando gente tem alguma coisa muito errada aqui. Então é isso, e hoje em dia eu estou tentando entender como é fazer com que, trabalhar com o propósito, como fazer para que o Brasis seja autossustentável financeiramente, talvez não ganhe mais do que eu ganhe atualmente, mas assim, existe esses dilemas." (representante do Brasis)

É necessário fazer "outras coisas", além de trabalhar para o arranjo, como informa o representante do Opera Mundi, ao se apresentar:

"eu (...) sou do Opera Mundi, painel acadêmico, site mais ou menos de pesquisa e faço algumas outras coisas por ai, tenho uma editora e tal". (representante do Opera Mundi)

O trabalho em um arranjo jornalístico pode ser uma forma de dar vazão a aspirações de mudança social, mas parece estar longe de corresponder a uma atividade que gere o sustento para seus trabalhadores. Ainda que o resultado do trabalho alimente a circulação de informação na rede, raramente se converte em renda para que estes trabalhadores possam

considerá-la sua fonte de recursos. O representante do Mídia Independente, engenheiro de computação, mantém uma colaboração voluntária com o site e é professor do Instituto Federal de Educação em São Paulo. Assim como ele, todos os integrantes da iniciativa fazem um trabalho voluntário. Os recursos arrecadados se destinam à manutenção do site:

"O Mídia Independente, basicamente não tem financiamento, são os voluntários quem mantém, na verdade as pessoas, principalmente os europeus eles colocam muito dinheiro, de vez em quando, as vezes o Mídia Independente ganha algum prêmio, então vem o dinheiro, vem 10 mil dólares. Aqui para o Brasil já veio dinheiro de dois prêmios, um da Suíça e outro da Espanha, então eles redistribuem esse dinheiro na rede, onde eles acham que precisa. A gente tinha um financiamento por CD numa época que não tinha tanto youtuber, não tinha tantos vídeos disponíveis na Internet, então a gente conseguiu uma grana vendendo CD em eventos ou até mesmo mandando pelos correios, vídeos proibidos, como Cidadão Kane. A pessoa pedia a gente mandava pelo correio, cobrava cinco, dez reais. As pessoas chegavam a achar um absurdo, pois chegávamos a fazer três Cd's por cinco reais. A gente não tinha intenção de ter lucro nenhum, todos trabalhavam voluntários. Todo nosso dinheiro era exclusivamente revertido para manter o servidor. Atualmente eu inclusive mantenho um servidor, pego meu salário de professor, 250 reais para manter uma máquina. Os Mídias Independentes se mantêm com muito pouco na verdade, como não paga pessoas. O trabalho que é mais caro é o ser humano e é o que cobra mais caro e que mais demanda, a gente não tem este custo." (representante do Centro de Mídia Independente)

A comunicação, entendida como atividade para a militância política e social, é a posição assumida pela representante da Ciranda. Em seu discurso, tal militância nem sempre é capaz de prover o sustento de seus participantes. As experiências para obter financiamento foram "meio traumáticas". Desse modo, a opção foi manter os projetos e ações e "deixar isto um pouco de lado" (financiamento).

"Sou uma jornalista militante, trabalho em alguns projetos que acho que eles mereciam ser financiados, mas as experiências que a gente tem de tentar financiar estes projetos, elas foram meio traumáticas, então nós voltamos à fórmula de manter os projetos e as ações e deixar isto um pouco de lado." (representante da Ciranda)

A dedicação exclusiva só se torna possível quando o arranjo se insere num circuito de produção/consumo buscando atender a uma demanda por informação/formação. É necessário assumir o risco de empreender e adotar o que na esfera da administração se denomina "modelo de negócio". Essa parece ser a matriz do pensamento da representante do É Nóis. O negócio social torna-se uma forma aceitável ideologicamente pelos seus responsáveis e que, em teoria, não se chocaria com as aspirações de mudança social de seus integrantes. O arranjo que se configura como negócio social torna-se atrativo para receber financiamentos de empresas interessadas em manter projetos de responsabilidade social ou de fundações que visam estimular a ideologia do empreendedorismo. Neste grupo, podemos inserir iniciativas como É Nóis que mantém projetos de ensino de jornalismo para moradores da periferia. A visão da representante acerca da sua atividade concentra-se na sustentabilidade financeira. Sua posição, portanto, migra da de jornalista para empreendedora, buscando articular formação de jovens e a inserção deles no mercado de trabalho via freelancers para veículos de comunicação.

"Então eu e minha sócia, somos sócias até hoje, resolvemos abrir a É Nóis que é uma escola de jornalismo, que vai completar 10 anos formando jovens das periferias de São Paulo em jornalismo. A gente foi fazendo isso com a mochila nas costas, ia nas comunidades, ia nos coletivos, dava formação. Hoje, nós temos uma rede de mais ou menos 500 jovens que a gente formou. Hoje nós temos um modelo do que é negócio social, então eu tenho dois CNPJ, eu tenho associação e eu tenho uma empresa. Eu presto serviços como empresa, esse dinheiro que eu arrecado eu jogo na associação e vou fazendo o fluxo girar. A gente tem 14 formas diferentes de captar recursos. Eu estudei o Mapa da Pública, por isso eu sei, fui mapeando todos os coletivos, enfim organizações de jornalismo independente, a partir do Mapa da Pública. E criei categorias de fontes de financiamento e descobri que a nossa organização era a que tinha mais fonte de financiamento. A gente vai se sustentado, somos uma equipe de sete pessoas que são fixas, que trabalham lá e 10 jovens por ano que entram e saem e recebem bolsa de R$ 600,00 por mês para estar lá. Então somos em quase 20, numa frequência semanal. Há quatro anos a gente está no Centro, porque quando a gente abriu a escola, a gente começou a chamar os jovens

para se encontrarem em um ponto único, que não fosse tão distante para todos das periferias. Então a gente foi para o Centro há seis anos a gente está no Centro e há quatro anos estamos na nossa Sede, nossa sede que é alugada. A gente faz as formações, em paralelo a isso nós não somos um canal, foi algo da pesquisa, eu sempre falo que as pessoas chegam na É Nóis, achando que somos mídia independente, a gente não é. Somos fórum de jornalistas, mas temos um braço que é a agência que é o lugar que a gente empurra eles para trabalhar com jornalismo, então depois que eles saem da escola, a gente tem parcerias com alguns veículos de mídia, em que a gente faz reunião de pauta, vende pauta para esses veículos e faz esses jovens trabalharem produzindo reportagens para essas outras redações." (representante do É Nóis).

A adesão à ideologia contemporânea do empreendedorismo, que visa fazer do trabalhador um empresário de si mesmo e adotar modelos de gestão de negócios, nem sempre é assumida diretamente. Há quem prefira definir-se como jornalista e pensar atividades que possam inserir-se no mercado jornalístico ou editorial. O representante do site Outras Palavras, que tem longa trajetória na mídia alternativa e pertence a uma geração de jornalistas com mais de 50 anos, não incorpora em seu discurso o empreendedorismo. Procura manter a iniciativa baseada em colaborações dos leitores, via crowdfunding, ainda que suas tarefas se assemelhem a de um empreendedor.

"Não é um site de notícias, é um site de análises políticas, de cultura, muito focado também na globalização, no debate das alternativas, das novas formas políticas. Começou com uma equipe muito pequena, um projeto muito pequeno, se beneficiou da existência dos pontos de culturas. Os primeiros recursos que a gente teve para fazer eram de um pequeno projeto do ponto de cultura aqui da rede do Estado de São Paulo. O projeto era para fazer uma série de cursos sobre a Internet e as novas mídias, a gente usava os recursos dos cursos. A gente fazia os cursos, mas com o dinheiro das aulas montava o site. Aos poucos o projeto foi crescendo e a partir de uns quatro, cinco anos atrás, surgiu a ideia de manter quase que todo por crowdfunding e é como funciona hoje. Além dos Outras Palavras, eu tenho outro projeto que se chama Outros Quinhentos, que é associado ao Outras Palavras. O conteúdo é todo aberto, mas a gente incentiva as pessoas a contribuírem recorrentemente" (representante, Outras Palavras).

A formação de coletivos de comunicação, sobretudo ligados à periferia, também figuram como possibilidade de inserção no sistema de produção da comunicação por meio de atividades que não são apenas jornalísticas e que dependem de apoio e parcerias, sejam elas do setor público ou privado.

"Eu sou um dos fundadores do Periferia em Movimento, é um coletivo de comunicação que atua principalmente nas periferias da Zona Sul de São Paulo, produzindo conteúdo sobre quem está na frente pela luta de direitos, a partir do recorte territorial. A gente realiza encontros de aprendizagem também, cursos, oficinas, etc., para discutir mídia, para falar bastante de mídia, periferias, direitos humanos. Enfim hoje eu exerço mais a função de articulação e parcerias." (representante do Periferia em movimento).

É clara a transição de sentidos entre negócio/empreendedorismo e arranjo alternativo de trabalho. No campo semântico do negócio/empreendedorismo existe um postulado ideológico de reiteração dos modelos hegemônicos na prática econômica e jornalística. No campo semântico do que chamamos arranjos de trabalho existe um sentido em disputa: como se arranjar no trabalho para sobreviver fazendo o que se gosta e o que se acredita, sem fazer concessões ao modelo de jornalismo das grandes empresas?

Um exemplo dessas disputas ideológicas muito concretas na atualidade pode ser observado nas declarações do representante de Justificando, que embora empresário, criador do seu negócio, em nenhum momento coloca o seu modelo como aspecto do atual mantra do empreendedorismo.

O representante do Justificando afirma ser diretor do arranjo e ter dedicação exclusiva a ele. Concentra-se nas atividades de coordenação editorial. O Justificando tem uma sede e equipe que trabalha para a

iniciativa. Apesar da intensidade do trabalho, reconhecida pelo seu diretor, ele não excede limites: não trabalha fins de semana nem de madrugada. Sua posição é a de um empresário, que está no comando da organização do trabalho. Ele transita um nicho de negócio específico, tem preocupações sociais claras e não se alinha, mesmo como empresário, ao discurso do empreendedor de si como solução neoliberal à destruição de empregos e de direitos sociais.

A colaboração, como prática de trabalho que não aponta diretamente para um trabalho voluntário tal como é regido na legislação, indica uma frequência na realização de atividades determinadas que podem ou não ser remuneradas ou formalizadas por meio de registro. É o caso do representante do Blog Imprença Brasileiro, também participa do arranjo Democratize, que se denomina ´colaborador´ e ´editor´ do blog, e mantém um emprego em uma fundação; da representante do Jornalistas Livres, que trabalha numa agência comercial e na direção do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé. A representante do Mídia Ninja diz ser uma das colaboradoras da iniciativa e assume a função de editora, exercendo atividades nas redes sociais, de design e acompanhamento da editoria de opinião.

Além dos dilemas sobre a sustentação e os vínculos contratuais inexistentes, o que esses profissionais indicam em suas falas é a dedicação a um tipo de produção de conteúdo jornalístico, informativo/formativo denotador do que entendemos sobre o engajamento do trabalhador em seu trabalho. O que para a ergologia (Schwartz,2008) é a atividade expressando-se enquanto totalidade de realização do ser que trabalha. Seria para o âmbito teórico do marxismo a possibilidade em que o trabalhador se vê como agente

e portador de seu trabalho. O trabalho, em certa medida, não alienado, não estranhado. Muito embora, o valor gerado pelo trabalho desses jornalistas não retorne para eles/elas. Se o trabalho é forma de reconhecimento e autoestima para o trabalhador, é também motivo de sofrimento (consciente) do porquê esse trabalho não lhes provê a vida e suas aspirações como seres humanos plenos. Essa contradição não está apagada para a maioria deles, sobretudo para aqueles que não enunciam o discurso do empreendedorismo.

A circulação de informações na Internet sempre mediada pelos aplicativos, software, buscadores e propagadores de dados, informações, sobretudo, monopolizado pelos oligopólios Google, Facebook, coloca no centro da discussão o que alguns autores como Fuchs (2015), Huws (2016), Antunes (2018) e Bolaño (2015) (embora com perspectivas diferentes) chamam de trabalho digital não remunerado e apropriado pelos oligopólios. Haveria nesse trabalho a criação de mais valor (direto ou indireto para o capital) que não retorna para a sociedade nem mesmo como salário para o trabalhador. Há, portanto, nessa perspectiva a indicação das formas como o sistema do capital em sua constante e incessante reestruturação produtiva contemporânea aprofunda a extração de valor, densificação do trabalho, desmaterializando as formas visíveis dessa exploração e, sobretudo, não se responsabilizando minimamente pela força de trabalho ali envolvida. Nesse quadro, defendemos aprofundar os estudos sobre os ganhos desses oligopólios sobre o trabalho não pago, não assalariado. Esses estudos podem dar subsídios para políticas públicas capazes de regulamentar os ganhos dos oligopólios e prover os trabalhadores e garantir seus direitos.

Vigilância e exposição à violência

A primeira violência a que estão expostos os entrevistados é a violência simbólica de se sentirem marginalizados como profissionais. Sentem-se atingidos em sua identidade profissional quando as empresas e os oligopólios afirmam-se como únicas fontes de informação segura e reputam aos arranjos as falsas notícias e a desinformação. Veem-se prejudicados por obterem menor repercussão quando produzem conteúdo original que depois é divulgado por esses grupos, os quais levam o mérito. Disso resulta também a falta de representatividade nas entidades de classe, seja a que congrega segmentos da categoria como repórteres investigativos ou fotógrafos, e mesmo o próprio sindicato. Há também o aspecto da violência econômica, de fragilidade e ameaça à existência dos arranjos e à sobrevivência dos profissionais, pois, com raras exceções, eles não conseguem colocar o seu produto "à venda", pois, em suas percepções, não há apoio e compreensão da sociedade sobre o trabalho que realizam.

Para um grupo particular, que se aproxima mais dos movimentos populares, há ainda a violência física das forças policiais como ameaça constante, seja via intimidação em passeatas e eventos públicos, seja via quebra de equipamentos ou mesmo via telefone com mensagens e ligações em datas comemorativas. Nesse aspecto, o primeiro grupo foi mais enfático e demonstrou a necessidade de haver maior proteção para os jornalistas-ativistas pois há uma constante rusga entre esses profissionais e as forças estatais. No entanto, houve quem defendesse que o jornalismo, em cobertura, deveria se afastar dos aspectos que envolvem a militância para que não se confunda a cobertura jornalística com a militância.

A vigilância policial também exigiu que muitos dos arranjos mudassem a sua postura com relação a convocatórias para discussão e ou coberturas de eventos e mesmo na oitiva de fontes para as matérias. Há

relatos de intimidação por parte da polícia de pessoas que foram identificadas nas matérias. No entanto, esse tipo de violência não se atém aos policiais, uma vez que os jornalistas vivem nas comunidades periféricas, onde a vulnerabilidade é maior, e isso exige muito cuidado na proteção das fontes, o que não ocorre com os jornalistas dos veículos tradicionais.

Outra forma de violência que os entrevistados relataram foi a violência "jurídica" por parte de quem é envolvido nas matérias e investigações desses jornalistas. As constantes ameaças de processos e a abertura de processos, mesmo quando a matéria está correta, provocam um prejuízo em termos de tempo e dinheiro que esses arranjos, por serem pequenos, não suportariam se não fossem os advogados voluntários e parceiros atuando a seu favor de forma gratuita.

Afastamento do lugar discursivo da neutralidade e da mídia hegemônica

Percebe-se que não há constrangimento entre os presentes em afirmar que eles fazem jornalismo a partir de um determinado viés (ou lado) e que reconhecer isso é importante. Eles também reconhecem que a imprensa hegemônica tem um lado, mesmo que não o assuma, e que eles se colocam, na maioria das vezes, em lados opostos. Isso motivou um dos entrevistados a afirmar ironicamente: "se o que a Folha faz é jornalismo, o que eu faço é outra coisa".

Uma das características desse distanciamento é a preocupação que eles revelam com as fontes e que resulta em menos liberdade para produzir seus conteúdos. Há a consciência de proteção às fontes, em especial aquelas que vivem na periferia, o que exige um esforço para "conseguir pensar como a gente fala do que tem que ser falado sem comprometer as fontes".

Além disso, por conta da falta de infraestrutura, de pessoas e de tempo, a maioria dos arranjos não trabalha com reportagem ou notícias quentes. Produz mais análises ou organiza e veicula artigos e outros textos de seus colaboradores. Nesse aspecto, eles afirmam que, quando há um caso envolvendo alguém que interessa a eles, mas que também vira notícia na grande imprensa, há um outro problema, que é a necessidade de se diferenciar para conseguir uma abordagem original dos fatos.

Um aspecto importante foi a pontuação das diferentes formas de expressão/definição de jornalismo praticado por esses arranjos: periférico, independente e alternativo são definições que sofrem, em maior ou menor grau, tanto restrições quanto aceitação pelos presentes. E, nesse aspecto, eles apontaram outros elementos que os diferencia da mídia tradicional como o fato de serem ativistas, o que faz com que eles se considerem midiativistas e passem a defender abertamente um lado, o que na imprensa tradicional não é tolerado. E a defesa da mídia livre, em que as pessoas passam têm maior acesso às informações vindas de fora do *mainstream*, bem como à produção pulverizada, não necessariamente vinculada a jornalistas, como defenderam alguns com a proposta de que "qualquer um pode fazer reportagem". No entanto, a grande maioria concorda que é necessário manter "algumas responsabilidades" e "princípios éticos, técnicas e tecnologias" do jornalismo que devem ser preservados.

Para isso, no entanto, se espera maior "igualdade de expressão", que é um conceito apresentado por um dos entrevistados e que vai além do de "liberdade de expressão" que é um pouco mais limitado.

Militância/crítica ao sistema/trabalho voluntário/negócio social - diferentes formas de lidar com as questões sociais

Boa parte dos participantes se reconhecem como militantes, alguns se relacionam mais com a militância social e outros mais com a militância pelo jornalismo, que é aquela "quando a gente decide sair da nossa casa, sem ganhar dinheiro nenhum para cobrir um ato. Quando a gente decide sair da nossa casa sem garantia nenhuma e gravar depoimento de mulheres".

No entanto, isso exige muito desses profissionais que têm que ter outras atividades para poder se sustentar: "Eu trabalho numa agência comercial de segunda a sexta", afirma uma. Outra explica que no seu arranjo "somos um grupo de mulheres que todas trabalham em horário comercial" e há os que vivem de frelancer ("não me perguntem como, porque eu também não sei dizer"), entre outros trabalhos informais. Como o dinheiro que entra no arranjo não é regular e nem serve para pagar os jornalistas, eles trabalham muito próximo do conceito de voluntariado.

Como disse um dos entrevistados, "para todo mundo que está aqui, esta ação é um projeto político (...) a gente acredita que há mais necessidade humana e que o jornalismo está sendo destruído (...) a gente só faz isso por apostar nessa necessidade". No entanto, as duplas jornadas, somadas às dificuldades de financiamento e à violência sofrida minam o ânimo de alguns profissionais: "Quatro anos depois eu estou muito cansado, eu pessoalmente me sinto extremamente cansado, desgastado", afirmou um dos participantes, no que foi apoiado por outros.

Apesar de todas as dificuldades, o engajamento pelo jornalismo é a tônica dos discursos. Um ponto que pareceu unânime em todas as falas é de que a mídia *mainstraim* não produz o jornalismo em que eles acreditam. A proposta que difundem é a de valorização do jornalismo seja em sua matriz deontológica tradicional de neutralidade e objetividade, por meio do qualificativo independente, seja em sua matriz bem comum com finalidades

sociais, democráticas, de esclarecimento da população, por meio do qualificativo alternativo/comunitário/livre.

Quando o trabalho é paixão e pertencimento

Mas nem só de avaliação negativa vivem os arranjos. Vários foram os pontos positivos apontados pelos participantes, desde a exoneração de um assediador de mulheres em uma universidade a partir de matéria deles até a consideração e respeito adquiridos na comunidade em que vivem ou nos movimentos sociais com os quais trabalham.

O sentimento de acolhimento entre os membros dos arranjos, que promove uma sensação de pertencimento neste momento em que cada vez mais os trabalhadores se distanciam e atuam de modo separado é um elemento significativo. O fato de conseguirem realizar uma articulação, "com gente articulada para fazer isso, capaz de se reunir sem se conhecer" mostra a resiliência deles no campo do jornalismo e no mundo do trabalho.

Há também os aspectos voltados para o uso das redes e das tecnologias, apontado como mais bem feito nos arranjos que nos veículos tradicionais e que levou a inovação na linguagem, que começa a ser seguida pela grande imprensa. Há que se considerar, como falou um dos presentes, que "jornalismo, historicamente, é um trabalho muito divertido de fazer (...) há uma paixão envolvida nessa história" e que essa atividade possibilita convívios diferenciados, como apontou outro, dizendo que ele e os amigos estão "sempre se cruzando por causa dessa coisa do ativismo".

O trabalho jornalístico com o smartphone, ferramenta que substituiu todas as demais (busca, grava, digita, fotografa, edita, envia, circula, recebe, transmite), permite o trabalho em qualquer lugar. Com meios de produção leves, móveis e mais baratos os processos de trabalho ganham dimensão colaborativa de maneira difusa, sem o controle presencial

de quem trabalha. A colaboração vem do trabalho de equipe multidisciplinar e também de qualquer pessoa que tenha acesso à Internet e tenha interesse em comentar, criticar, reeditar o que foi veiculado. Todos esses elementos passam a contar como processos comunicacionais que viabilizam o trabalho. As relações no trabalho estão mediadas por dispositivos comunicacionais que sobrelevam o medium, a plataforma tecnológica. Motivo pelo qual, há necessidade de se regulamentar esses dispositivos que permitem o direcionamento do valor trabalho para seus proprietários/gestores.

O trabalho desses jornalistas nos respectivos arranjos aprofunda as alterações das noções de tempo e espaço. O aqui e o agora ganham lógica própria e exigem reconfigurações do processo produtivo na forma de coletar informação e tratá-la. O intercâmbio entre os arranjos parece ser fundamental. Há mesmo uma nova forma de escritura. O ato, a ação imediata no tempo mesmo de sua existência torna-se a performance captada e veiculada; e o que os diferencia das grandes mídias é o esforço de contextualização, de vinculação da notícia, reportagem, comentário a um universo específico, seja ele o movimento social, a comunidade periférica, o universo cultural etc.

Embora donos de seus meios de produção, leves e baratos, não detêm poder sobre as formas de circulação do produto de seu trabalho na Internet. O material jornalístico esvai-se na rede como pluma no ar. O valor de troca não está apenas na circulação do produto produzido, está nas informações rastreadas no percurso da produção no processo de circulação e consumo desse produto. Portanto, há aí algo a ser estudado. Se os conglomerados de meios ficam com a mais-valia do trabalho de milhões de assalariados, voluntários, precários, ou seja, trabalhadores que necessitam da

Internet para trabalhar, como tachar esses mesmos conglomerados pelo valor do trabalho não pago?

Os relatos desses trabalhadores do jornalismo tanto por meio das entrevistas quanto nos dois grupos de discussão apontam a urgência de se tratar do tema em nível nacional e como problema a ser enfrentado pelas políticas públicas. Se o jornalismo é um produto vital para a democracia, então é urgente reconhecer que esses trabalhadores devem ser reconhecidos pela relevância do serviço que prestam à sociedade.

O próximo tópico trata da análise de todo o material recolhido durante a pesquisa. Fazemos essa análise por meio dos principais temas que se apresentaram no material empírico.

5. INTERPRETANDO OS RESULTADOS NA PERSPECTIVA DA ABORDAGEM DE COMUNICAÇÃO E TRABALHO

Deve-se destacar que tratamos o binômio comunicação e trabalho como chave analítica para compreender as transformações em determinados grupos de trabalhadores no contexto de mudanças e ressignificações e seus reflexos no mundo do trabalho. Ao analisar as situações laborais a partir da comunicação torna-se possível a compreensão do sujeito que trabalha, das redes que possibilitam que se trabalhe e da formação de conjuntos de coletivos, pois trabalhar sempre envolve o outro.

Estudar a comunicação no mundo do trabalho, enfim, possibilita "(…) entender a partir de que valores as pessoas fazem suas escolhas (…) e compreender como o mundo do trabalho transborda de seu meio e abarca outros espaços sociais, tais como a casa, o bairro, a mídia, etc." (FIGARO, 2009, p. 38).

Para Figaro (2011), é por meio da articulação entre comunicação e trabalho que se reconhecem os sujeitos da comunicação e como eles estão inseridos na sociedade, as formas de exploração econômica, do trabalho e as diferenças entre os interesses de classe. Acreditamos que somente a partir da compreensão da atividade é possível responder a questões sobre as transformações da sociedade global e as mudanças no estatuto profissional do jornalista. Compreender a forma como se desenvolve o trabalho em arranjos alternativos aos grandes conglomerados de mídia, suas prescrições, os valores que lhes são caros e suas relações de comunicação possibilita iluminar o mundo do trabalho desses profissionais.

Reconhecemos o trabalho como uma das grandes referências dos sujeitos sociais, assumindo aspectos centrais na construção do mundo como o concebemos e, porque não dizer, de nossa própria existência. O trabalho não pode ser reduzido ao "(…) que se pode chamar 'o trabalho stricto sensu': prestação remunerada em uma sociedade mercantil e de direito (…)" ou "a porção de tempo trocada por remuneração" (SCHWARTZ, 2011, p. 23), como a lógica capitalista de produção propõe.

Aquilo que chamamos de trabalho designa uma atividade que é, ao mesmo tempo, intelectual, por estar atrelada à interpretação e à execução do que é definido em anterioridade àquele momento, e vital, pois é um tempo da vida, conduzido a partir de uma história local e submetido às apostas e urgências dos protagonistas do trabalhar. Para Schwartz (2000, p. 458) "(…) toda atividade de trabalho é sempre, em algum grau, de um lado descritível como um protocolo experimental e, de outro, experiência e encontro". Desta maneira é possível colocar o trabalho em outra perspectiva, para além da sua significação econômica, reconhecendo outras dimensões que muitas vezes são invisíveis diante do protagonismo que a ótica econômica teve após a Revolução Industrial.

A tentativa de anular o trabalho como categoria chave para compreensão das mudanças sociais e econômicas e a sua consequente invisibilidade tem como reflexo o aumento das contradições entre o capital e trabalho com o incremento de trabalhadores precarizados, a diluição do trabalho regulamentado (é evidente neste sentido a ofensiva para acabar com as legislações trabalhistas em diversos países), os tipos de trabalho informal e as formas flexíveis de trabalho.

É necessário entender o sentido do trabalho (TOLFO e PICCININI, 2007) considerando "(...) a utilidade da tarefa executada para a organização a que se pertence, a autorrealização e a satisfação que se lhe permite, o sentimento de desenvolvimento e evolução pessoal e profissional que possibilita e a liberdade e autonomia para a execução dessas tarefas". Ainda segundo Antunes (2009, p. 173), o sentido do trabalho é essencial para garantir o sentido da vida individual. "Uma vida desprovida de sentido no trabalho é incompatível com uma vida cheia de sentido fora do trabalho (...) e não é possível compatibilizar trabalho assalariado, fetichizado e estranhado com satisfação, realização e pertença que trazem sentido para a vida dos indivíduos".

Dessa perspectiva teórica de compreensão de comunicação e trabalho, as informações obtidas nos sites e redes sociais dos arranjos estudados, a partir da respectiva autodeclaração, as entrevistas realizadas com 26 responsáveis por esses arranjos, e as conversas resultadas dos dois grupos de discussão com esses mesmos representantes, tendo em vista os objetivos da pesquisa, possibilitam afirmar alguns resultados que se apresentaram como os mais certos a serem afirmados:

- o trabalho nos arranjos, organizado a partir da livre associação entre pares, para trabalhar a partir de temas e abordagem jornalística em acordo com a decisão dos que se associam, é possível devido aos meios digitais, às redes sociais, à Internet, materializados em **meios de produção fundamentais como o smartphone, os aplicativos e o computador**;

- os meios de produção mais leves e as formas instáveis e desterritorializadas de organização, bem como a falta de recursos para investir no trabalho, faz com que o jornalismo produzido tenha **mudança no**

conceito de periodicidade, alargando-se conforme as possibilidades e comprimindo-se à medida da urgência dos acontecimentos;

- as condições objetivas e precárias de recursos e organização imprimem certa **orientação nos temas das coberturas jornalísticas**: o jornalismo de editorias "frias", temas que devem e podem ser cobertos com maior profundidade e elasticidade de tempo; as pautas noticiosas "quentes" estão vinculadas na maior parte às temáticas políticas e/ou dos movimentos sociais;

- os meios de produção mais leves e a desterritorialização possibilitam trabalhar de qualquer lugar e em qualquer tempo. Essas possibilidades incidem nas pautas e nas formas colaborativas de organização do trabalho. **A depender da rede de colaboradores que se cria e se cultiva por solidariedade no trabalho, as coberturas podem ser do fato ao vivo, no calor do acontecimento, uma mescla entre cobertura e participação do/no acontecimento em qualquer lugar do Brasil ou do mundo;**

- as condições de produção materiais e políticas no contexto brasileiro recente também fazem com que esses arranjos **se coloquem como vozes de discursos de pontos de vistas diferentes daqueles enunciados pelos conglomerados de mídia** e mesmo a veículos menores que enunciam discursos reiteradores da ideologia dominante. Desse modo, tratar de temas como a questão feminina, mulheres negras, mães, formação de jovens, sustentabilidade, meio ambiente, cinema, futebol, política, direitos humanos, movimentos sociais, eleições exige certo compromisso com valores sociais mais amplos, desvinculados imediatamente de interesses econômicos hegemônicos. Esses temas são, do ponto de vista editorial, **tratados de maneira progressista, humanista e de viés que transita do democrático**

ao popular. Há, no entanto, um campo ideológico de batalha que se trava entre esses arranjos. Há aqueles que se alinham mais proximamente aos discursos a que Dardot e Laval (2016) chamam de "homens empresas", **no qual a ideologia do empreendedorismo e da inovação são os objetos de trabalho deles.** São como correias de transmissão das ideias hegemônicas no campo popular e progressista. Aferir mais profundamente essas linhas editoriais só será possível em outra pesquisa que faça a análise do discurso da produção jornalística desses arranjos jornalísticos;

- as condições de trabalho nos novos arranjos fazem emergir a discussão sobre que tipo de jornalismo se produz, os valores do jornalismo são outros ou se reafirmam os valores deontológicos da profissão? O jornalismo que se produz é independente e/ou alternativo aos conglomerados de mídia? **Esses embates tendem a reafirmar os valores do jornalismo** como discurso social e de interesse público, para uns: independente dos interesses econômicos e políticos; para outros: alternativos aos discursos hegemônicos do poder e dos conglomerados de meios;

- as formas de sustentação resvalam à total precariedade, cujo centro do problema são as formas de remuneração: como praticar um jornalismo que dá voz ao diferente, ao discurso de contraposição? Como remunerar o trabalho e viabilizar o arranjo de forma sustentável? O compromisso político de independência jornalística choca-se com a triste realidade do compromisso das grandes empresas jornalísticas com os anunciantes: bancos, grandes empresas, governos. **Tentar viabilizar outras formas de sustentação caracteriza-se como o principal desafio dos novos arranjos do trabalho do jornalista.** Há uma miríade de tentativas: doações de leitores, crowdfunding, projetos em editais públicos, fundações privadas nacionais e

internacionais; venda de serviços não vinculados diretamente ao jornalismo: palestras, cursos, formação de jovens; venda de serviços de comunicação: assessorias e conteúdos;

- **as condições de trabalho, do ponto de vista da remuneração e da reposição da força de trabalho, são precárias, na maioria da vezes, trabalho voluntário, sem qualquer certeza sobre quando ou como vão se sustentar as atividades jornalísticas desempenhadas no arranjo.** Há densificação do trabalho, visto que se trabalha todo o tempo em vários lugares e sem as condições necessárias. Trabalha-se em um emprego para se obter a mínima remuneração, também emprego freelancer e precário, para depois da jornada no emprego, dedicar-se ao trabalho no arranjo jornalístico. O trabalho no arranjo jornalístico é o trabalho que satisfaz o sujeito como ser humano inteligente, capaz e que vê utilidade social em seu empenho. **Portanto, o ser jornalista aqui é um ser dividido que sofre porque vislumbra e faz acontecer o jornalismo em que acredita, mas é impedido de dedicar-se integralmente a essa atividade porque não sobrevive dela.** É preciso resolver a questão das formas de sustentar produtores de informação com valor de bem público. É um dilema de jovens sonhadores com um jornalismo de "verdade" e de experientes jornalistas que saíram das empresas e buscam realizar o sonho do exercício no jornalismo que acreditam.

Alguns dos aspectos acima enunciados sobre os dilemas dos jornalistas para organizarem outras formas de realizar seu trabalho e buscar a sustentação são aprofundados nos tópicos: formas de organização do trabalho: redações virtuais; valores do jornalismo, práxis jornalística; a questão de gênero no jornalismo e para as jornalistas; jornalismo na

periferia, na e para a comunidade; as formas de sustentação dos arranjos jornalísticos e as disputas pelo discurso.

5.1. Os arranjos de mídia alternativos e suas redações virtuais[13]

Apresenta-se aqui como as relações de comunicação e trabalho dos arranjos alternativos à imprensa hegemônica contribuem para organizar o próprio trabalho dessas organizações e de que modo essas iniciativas estruturam seus ambientes laborais. Concentramo-nos em saber como esses arranjos de mídia alternativa estabelecem suas "redações virtuais" e na maneira como elas funcionam, buscando compreender também quais são os espaços virtuais ocupados, quem participa dessa rede e as formas como a distribuição do trabalho é feita. A técnica de aprisionamento tecnológico com a concentração de tráfego nas principais redes e monopólios da Internet e o seu impacto na recepção desse conteúdo não farão parte desta análise.

Para explicitar essas questões, usamos como *corpus* empírico seis arranjos que se afirmam alternativos: Jornalistas Livres, Mídia Ninja, Pressenza, Viomundo, Opera Mundi e Volt Data Lab. No processo de exame da pesquisa, em que se fez a análise das seções "Sobre nós" e "Quem somos" dos respectivos sites, os seis arranjos compuseram um mesmo núcleo, agrupados entre aqueles que se autodeclararam como jornalistas, de iniciativas jornalísticas, que utilizam marcadores jornalísticos e alternativos e/ou independentes.[14]

[13] Este texto é parte de artigo submetido ao Congresso da Sociedade Brasileira de pesquisadores em jornalismo, 2018, em São Paulo/SP.
[14] Ver mais no Artigo

A principal questão a ser analisada aqui são as relações de comunicação e trabalho nos arranjos alternativos e/ou independentes, com o apoio das tecnologias de informação e comunicação (TICs), na formação de novas configurações nos espaços produtivos.

Nas entrevistas pudemos aferir como são descritas as atividades do trabalho jornalístico através da linguagem *sobre o trabalho* (NOUROUDINE, 2002) que revela como se dão as rotinas de produção. Os profissionais utilizam expressões como "fazer base" para especificar a atividade de se tratar o material antes da publicação nos canais de comunicação; "no ar" para notificar que a matéria já foi publicada; ou ainda os nomes da plataforma utilizada são transformados em verbos, indicando uma ação executada. Por exemplo, "telegramar" indica que uma matéria foi distribuída pelo Telegram. Não faremos a triangulação sobre a linguagem "do e "no" trabalho neste momento, mas é nesse contexto que compreendemos a atividade linguageira da atividade de trabalho.

A satisfação é uma das razões para tantos jornalistas buscarem colaborar voluntariamente com esses arranjos alternativos. Para eles não há mais sentido, além do econômico, no trabalho feito nas redações e veículos tradicionais de imprensa. Ao responder à questão sobre a diferença entre o trabalho na Mídia Ninja e na grande imprensa, a entrevistada afirmou que o principal "(…) é a liberdade de produção. Aqui há a possibilidade de falar de coisas que você não consegue falar lá, da possibilidade de fazer pautas, de criar relações que você não consegue ter na grande imprensa". Esse conceito de liberdade de produção e realização é compartilhado por outros entrevistados

http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2017/paper/viewFile/740/357

e pode ser relacionado com o que diz o jornalista do Envolverde ao tratar da integridade intelectual. Liberdade de produção requer responsabilidade e integridade intelectual, o que faz da prática jornalística um serviço cuja finalidade é o social, o bem comum como instância do interesse público.

Nos ambientes empresariais, por exemplo, as condições de produção têm sido cada vez mais opressoras aos trabalhadores (DURAND, 2003). Essas características são resultado de uma nova forma de mobilização dos trabalhadores que generaliza o fluxo tensionado e suas consequências sobre a organização do trabalho promovendo uma certa "naturalização dos constrangimentos", para quem atua nos veículos tradicionais.

Para retratar as "redações virtuais" nos restringiremos à forma como é organizado o trabalho. Deve-se compreender o contexto de produção para além dos diferentes modelos de organização do trabalho. Daí dirigirmos o olhar e destacarmos aspectos como a divisão das atribuições, a organização das pessoas e a própria rotina de produção. Segundo Antunes (2018, p. 67), a nova morfologia do trabalho se espraia e abrange os mais diferentes modos de ser da informalidade "(...) ampliando o universo do trabalho invisibilizado, ao mesmo tempo que potencializa novos mecanismos geradores de valor, ainda que sob a aparência de não valor, utilizando-se de novos e velhos mecanismos de intensificação (quando não de autoexploração) do trabalho."

5.1.1. Redações virtuais e relações de comunicação e trabalho

No geral, os seis arranjos utilizam as TICs para distribuir o seu conteúdo, dialogar com o público, promover estratégias de crescimento e, principalmente, estabelecer relações de comunicação e trabalho. No entanto, para o Opera Mundi, a organização principal do trabalho se dá na sede física, uma exigência dos trabalhadores para poderem ter um lugar para se encontrar: a redação virtual funciona como um apoio para organizar o fluxo de publicação de matérias.

Os trabalhadores decidem as pautas, escala, andamento da matéria e outros assuntos na redação física. O entrevistado afirma que houve um debate sobre ficar apenas com a redação virtual ou ter uma sede física. Optaram pela segunda: "Basicamente, porque as pessoas se sentiram muito incomodadas de trabalhar em casa. De não ter a separação de horário de trabalho e tal, mas também porque algumas pessoas moram em apartamentos muito pequenos, então para elas seria um custo pessoal muito alto, sabe", relata o entrevistado.

Percebe-se que o trabalho aqui é mais aparente e trabalhar de casa significa um custo para o trabalhador, o que, na prática, é uma redução de seus ganhos. De acordo com o jornalista, toda a redação foi favorável à preservação do espaço com argumento de que esse local é importante também para o jornalismo, mais do que os espaços virtuais.

"(...) é uma reunião de pauta semanal, que uma época era na segunda (...) no dia a dia a gente tem um grupo no GTalk, eu venho aqui, a gente troca, eu não trabalho o tempo inteiro aqui, eu trabalho às vezes fora, à distância também. Então eu falo com eles ou por vias eletrônicas ou por telefone ou

pessoalmente. Se tem uma cobertura especial a gente senta no meio desse período (...). (representante do Opera Mundi)

O Opera Mundi tem a sua redação virtual concentrada no Hangout[15]. Antes de usarem esse software, a redação experimentou um grupo de WhatsApp, que foi descartado após um debate sobre o tempo de trabalho. "As pessoas acharam o aplicativo muito invasivo, as mensagens não tinham hora para chegar", disse o entrevistado. No Hangout, o coordenador da redação aciona os jornalistas através do chat, mas a principal função é organizar a publicação da produção. Assim, quando um jornalista publica uma matéria, ele avisa no chat que ela está "no ar".

No caso do Pressenza as relações são bastante complexas. Por ter uma rede de redações ele vai além da interligação de indivíduos e articula redes de trabalhos nacionais, visto que a organização se dá por país e por redações locais. A posição da rede é essencial pela própria dinâmica espacial de atuação do arranjo, com a diferença que há também uma sede física.

"(...) a gente se reúne aqui mesmo, pluga aqui quem tá em outros pontos, aí o pessoal participa. (...) a nível internacional a gente também faz isso também, só que é uma vez a cada seis meses, a gente faz uma reunião com diversas redações, por videoconferência (...); têm umas pessoas que vêm uma vez por semana, outras que vêm duas, têm outras que vêm três, né. Depende da disponibilidade de horário. Então, a gente faz uma agenda que é bem, pra quem tá de fora, é bem caótica, mas pra gente que já tá acostumado é bem normal, e a gente repara que outras redações são assim também. Então, têm colaboradores de uma vez na semana, tem gente que faz, às vezes, de casa, é bem... é bem... diverso (...)" (representante do Pressenza)

O arranjo tem em torno de 30 profissionais, sendo oito deles os mais comprometidos, e promove reunião de pauta semanal que ocorre às terças-

[15] Aplicativo da Google que permite que qualquer pessoa que tenha uma conta Gmail possa entrar, desde que seja convidada através de um link.

feiras. Esses encontros, que são fundamentais para o ordenamento das tarefas, não têm postura impositiva. Pelo contrário, assumem um caráter mais participativo, colaborativo, com decisões adotadas de uma forma coletiva.

"(...) a gente se organiza de forma bem simples, que é uma reunião de pauta semanal, ali se distribuem as matérias e as pessoas trazem também isso, é... tem coisa que sai melhor, né, tem coisa que sai pior (...)" (representante do Pressenza)

Para manter uma lógica operacional básica, o Pressenza se aproxima do modo de organização de uma redação tradicional. Ele solicita aos seus "colaboradores", que são aqueles que exercem trabalho voluntário, para que elaborem pelo menos uma reportagem por semana. Há uma divisão mínima na produção do trabalho no site com profissionais que fazem roteiros, outros elaboram reportagens, enquanto existem pessoas que vão às ruas gravar e os que editam conteúdos.

Também para os demais arranjos as TICs estão no cerne de seu projeto organizacional e a relação entre elas e as formas de organização da rotina produtiva estão no centro do debate para os arranjos. Isso ocorre porque a tecnologia permite novas formas de organização do trabalho, que podem ser mais horizontais ou não. O que não significa necessariamente formas mais democráticas.

Uma discussão sobre o tempo dedicado à atividade laboral também foi feita no Jornalistas Livres. Para a entrevistada do coletivo, o aparelho celular é sinônimo de demanda de trabalho. Afirma que se ela não desligar o celular, não para de trabalhar. Tal situação acontece porque o celular é o dispositivo que permite o acesso aos grupos, mas é através dele que a

produção é realizada. "Você tem que saber desligar o celular também porque se não você não para de trabalhar nunca", afirma.

O celular, enquanto meio de trabalho mais utilizado no coletivo, é suporte fundamental do mundo produtivo e também instrumento de controle e supervisão que possibilita ao profissional desenvolver toda a polivalência exigida dos jornalistas.

"Como eu edito vídeo também, eu faço tudo. Eu vou ficar na base, as pessoas que estão na rua (...)Esse é um trabalho que dá para fazer, ou tanto para um evento específico, como foi o caso dessa ocupação que eu me comprometi a ficar nesse horário, como pode ser para o dia a dia, então eu tô no busão sem fazer nada entro nos grupos, o que tiver lá eu já consigo subir de onde eu tiver (...)." (representante do Jornalistas Livres)

Ao dizer que trabalha no ônibus, sem assimilar o que isso representa em termos de comprometimento de sua vida privada, a entrevistada do Jornalistas Livres demonstra certa "naturalização" da precarização do trabalho. Ela introjeta a noção de flexibilidade e do "engajamento total" empregado no mundo empresarial a partir do toyotismo, que exige o envolvimento dos profissionais o máximo de tempo possível em seu modo de vida, o que se confunde com o modo de produção do arranjo.

Na Mídia Ninja a organização do trabalho é toda em ambiente virtual. Ela tem um núcleo operativo formado por 30 pessoas, um conselho editorial com 60, além de 200 colaboradores próximos e mais de dois mil ocasionais que estão espalhados por todos os estados brasileiros. Eles usam a rede (via WhatsApp, Telegram, e-mail e inbox) para manter contatos entre si e fazer reuniões com diferentes abrangências, formatos e objetivos (regionais, equipes, radar, entre outros), além de utilizar a Internet como plataforma de produção e distribuição de conteúdo (site, Facebook, Instagram, Twitter, coberturas ao vivo, transmissão de conteúdo).

Para fazer o site, construir as redes ou os grupos de trabalho, os assuntos são colocados nos 32 grupos de discussão (chats): "(…) a gente tem lá o chat de editoria por exemplo, que tem essas 60 pessoas e ai sempre tem coisa, a gente manda alguma coisa lá, e aí você mandou, vê o negócio e se você acha legal você vai lá e toca (…)". De acordo com a entrevistada, o funcionamento é por equipes, o que possibilita a produção coletiva: "(...) tem a equipe de foto, equipe de vídeo, equipe de redes, equipe de designer e a gente vai distribuindo as coisas (…) e quando um não pode assumir o outro assume (…)".

O Viomundo, que tem formato próximo de blog e no qual trabalham três pessoas, além de colaboradores, também não tem sede própria nem tampouco escritório, trata-se de uma postura eminentemente remota quanto à produção de seus conteúdos, segundo o entrevistado: "(...) a editora trabalha em casa... Eu tenho compromisso com a TV... Então a gente tem esse esquema que é bem informal mesmo." Para ele há uma dificuldade em conciliar a vida profissional que transita entre o trabalho formal em uma rede de televisão e o arranjo alternativo, que aparentemente lhe provoca prejuízos financeiros

"Eu não vivo desse trabalho, né. É por isso que eu continuo trabalhando [na mídia tradicional]... Não é um projeto assim "olha, é uma empresa". Nunca teve esse sentido, se tivesse tido, eu chuto aí meio milhão de reais [gastos com despesas] desde que fundei, do meu bolso. Entre ações na justiça, entre... é um apartamento. Porque [são] ações da justiça que eu tive que pagar do meu bolso; horas trabalhadas; despesas que eu banquei da minha própria vida (...) (Representante do Viomundo)"

O Volt Data Lab também tem a Internet como aspecto central de seu funcionamento, uma vez que o núcleo duro da organização vive em diferentes cidades. Esse grupo principal, que tem quatro pessoas residentes

em estados distintos (SP, PR e SC), se encontra pessoalmente apenas quando algum projeto exige que se resolvam questões referentes ao trabalho. "Então, cada um mora em um lugar. A gente não tem um lugar de trabalho. O que acontece é que quando a gente vai fechar um trabalho grande a gente pega um coworking e fica uma semana", explica o entrevistado.

Neste arranjo o funcionamento se assemelha ao de uma empresa, com um sistema mais concentrado de decisões e definições sobre o trabalho. O processo decisório está centralizado na figura do gestor do arranjo.

"Por enquanto só eu tomo decisão.(...) geralmente é assim. As pessoas são muito ocupadas, então eu já tentei algumas vezes comprar freela dos outros mas a pessoa desenvolve muitos projetos (...) Então geralmente eu tenho uma ideia e eu condiciono uma pessoa para me ajudar a fazer essa pauta. Eu percebi que funciona bem assim (...)." (Representante do Volt Data Lab)

Podemos apreender que as relações de produção são facilitadas pelas TICs e os arranjos, que têm um arcabouço de ideias e bandeiras coletivas e comuns como base para sua existência, buscam utilizá-las para ampliar as relações de comunicação e produção. Mas é preciso considerar que não há uma unanimidade nesse processo e que ainda exista quem exija o contato físico com os colegas de trabalho, os que buscam resistir à invasão absoluta do trabalho na vida e os que se rendem à intensificação do trabalho em prol da "causa" ou da organização.

5.1.2. O uso das TICs

As TICs adotadas pelos arranjos analisados, para contatos entre si e produção de trabalho, são bastante semelhantes, mas seu uso se dá em escalas diferenciadas, dependendo do número de integrantes de cada

arranjo. A mediação via grupos do Telegram é a forma principal[16] de contato tanto para o Jornalistas Livres quanto para a Mídia Ninja.

A entrevistada do Jornalistas Livres diz que a organização é feita toda pelo aplicativo Telegram. Dentro do processo de organização de trabalho, a pessoa que estiver online e com condições de trabalhar para o grupo vai fazer, revisar e encaminhar a produção que chega através de todos os chats, da reunião de pauta semanal, de fontes que estão fora do fluxo de comunicação do grupo e acionam o coletivo para cobertura.

O material que chega via chat Publicadores, que tem a participação de 60 pessoas, tem que ser aceito por, no mínimo, três delas. Essa é uma regra, segundo a entrevistada: "(...) tudo tem que passar pelo crivo do chat dos publicadores". A partir do momento em que o material é autorizado, ele segue para publicação ou revisão. A publicação é feita por uma das 59 pessoas que têm a senha das redes sociais e do site do coletivo para publicar o conteúdo. "Então a gente tem um grupo, que é um grupo mais orgânico, duro. Tem o grupo dos editores da página, os publicadores, que é quem tem acesso para publicar nas páginas, no site e que, consequentemente acaba definindo uma linha editorial".

A entrevistada da Mídia Ninja explica que "(...) todo mundo que vê pauta legal manda no chat com a hashtag radar [#radar], daí tem um horário do dia que a galera vai pegar tudo que tem no radar e vai ver o que vai postar e o que não (...)" e que representa uma forma de organizar a rotina de produção.

[16] Isso acontece porque a rede social russa tem mais funcionalidade para quem trabalha como comunicação. Por exemplo, não diminui a qualidade de imagens, pode ser feito o upload de arquivos em diferentes formatos, como Adobe Illustrator e Indesign.

"(...) De manhã a gente tem o radar, que é tipo de buscas pautas e zapear entre os veículos que a gente está próximo e buscar pauta e link para a gente postar (...) A gente tem, esse radar que a gente fala, uma lista de uma caralhada de veículo que a gente acompanha de perto e tudo que a gente vê, que a gente acha interessante a gente vai divulgando (...)." (Representante do Mídia Ninja)

Podemos perceber que há mudanças na forma de organização do conteúdo produzido com as editorias organizadas através das *hashtags*. Nossa hipótese é que, com o imenso volume de informações na rede, elas auxiliam na sistematização do conteúdo dentro da própria lógica de rede.

O responsável pela versão brasileira do Pressenza comenta que, por ora, a conectividade entre os colaboradores ainda é feita sem maiores dificuldades. Contudo, segundo ele, à medida que acontecer o crescimento na quantidade de pessoas envolvidas, haverá a necessidade de se repensar a metodologia para estabelecer essa comunicação.

"(...) conforme vai aumentando o grupo, e a gente tem notado isso, vai ficando mais difícil coordenar; então, no momento tá tranquilo, mas a gente pensa, se no futuro continuar assim, talvez tenha que ter reuniões de pauta por editoria, eu não sei, talvez descentralizar um pouco pra ser mais operativo (...)." (Representante do Pressenza)

Em relação ao Pressenza, uma definição do entrevistado dá uma dimensão do tipo de profissional que atua no respectivo arranjo: "(...) a gente tem que ser meio *multi*, se você for *mono* você morre, né, nesse meio."

Com poucas pessoas envolvidas e produzindo por demanda, a principal característica da Internet para o Volt é a flexibilidade que ela permite. Segundo seu gestor:

(...) a gente tem muita flexibilidade de fazer as coisas no horário que a gente precisa fazer (...) a gente trabalha em uma banda mais flexível, eu acho que

isso é uma vantagem que a gente tem (...) eu tenho muita flexibilidade de horário, de trabalho, de tempo. (...) A minha analista não tem horário de trabalho, ela trabalha a hora que ela quer praticamente, ela não me fala que ela pode trabalhar em tal horário. (Representante do Volt Data Lab)

O Viomundo depende basicamente das publicações de seu criador e de seus colaboradores, que passam pelo filtro da editora. Mas, para ele, há uma rotina de produção que a Internet intensificou:

(...) eu acordo, em geral eu corro, treino... E depois eu vou pro blog, aí eu mudo algumas coisas que a [editora] fez. (...) e aí eu vejo meu WhatsApp que não para, porque o WhatsApp do blog está no meu celular. (...) Então eu faço uma ou duas ou três publicações de manhã (...) aí em geral vou resolver coisas da minha vida e vou pra TV. (...) Pra não dizer que eu estou o dia inteiro no blog, porque eu faço postagem pelo celular, eu compartilho, eu respondo pessoas mais urgentemente, e-mails e tal. Vou pra TV sem ter uma carga horária definida. (...) Sempre com meu laptop, sempre eu estou blogando fora. E aí eu cumpro meu horário da TV e volto a blogar à noite. Em geral, eu blogo duas, três, cinco horas por dia hoje (...) (Representante do Viomundo)

Há o auxílio de colaboradores informais, que incluem parlamentares, políticos, assessores parlamentares, intelectuais e funcionários públicos. "Não é aquela coisa que eu ligo 'ó, escreve'. Às vezes até faço isso, mas poucas oportunidades tenho. A editora é que faz mais isso. Ela tem uma mega agenda e as pessoas procuram muito por ela (...)".

Para o Opera Mundi a redação virtual serve para organizar a publicação das matérias: o link da matéria publicada é postado lá e organiza o fluxo. Além disso, é uma forma de integrar os profissionais que ficam na sede com o coordenador da redação que fica fora por achar que a constante intervenção do "chefe", que é o seu caso, não contribui para os andamentos do trabalho.

Ao observarmos esses arranjos podemos perceber que a função dos dispositivos comunicacionais na organização do trabalho – seja na sala da

reunião física ou no grupo da redação virtual – está em possibilitar a existência dos arranjos, a mobilização dos trabalhadores e a execução do trabalho a qualquer tempo e lugar.

As TICs cumprem papéis diferenciados. Para o Jornalistas Livres, são a origem e o principal fator de organização do trabalho. Para o Opera Mundi, elemento fundamental é organização do trabalho, o fluxo existe e é prescrito, embora tenha muitas relações que não estão no script do trabalho. Para a Mídia Ninja, elas possibilitam tanto a organização do trabalho quanto da vida cotidiana, pois a comunicação do trabalho se mistura com a das casas em que os midiativistas vivem coletivamente.

Para o Volt Data Lab, elas representam um mecanismo de trabalho à medida que são usadas para a garimpagem dos dados, além de possibilitarem que se controle a produção, contate e contrate trabalhadores para serviços específicos. Para o Viomundo elas servem tanto como instrumento de trabalho quanto de comunicação com colaboradores e seguidores. No caso do Pressenza, significam o modo de organizar o trabalho localmente e nos demais países de atuação do arranjo.

Cabe salientar que, com o enxugamento das redações das empresas de mídia, os jornalistas buscam alternativas para continuarem trabalhando e, mesmo para os que ficam nas redações, o trabalho intensificado e alienado prejudica a realização profissional. A solução é tornar-se "voluntário", para buscar o sentido do trabalho, ou "homem empresa", empreendedor de si, como estratégia de sobrevivência. De acordo com Antunes (2018, p.76) estamos nos encaminhando cada vez mais para configuração de formas ocultas de trabalho assalariado, fazendo proliferar as distintas formas de flexibilização salarial, de horário, funcional ou organizativa e isso está

ocorrendo tanto no setor hegemônico do jornalismo quanto no alternativo/independente. Outra questão é a da intensificação do trabalho proporcionada pelas tecnologias. Há um ganho de tempo impressionante em relação às formas de trabalho jornalístico tradicionais, no entanto, o tempo ganho passa a ser tempo intensificado por atividades sem fim, porque as lógicas de todo o mercado de trabalho foram alteradas e intensificadas em relação ao uso do tempo. A ordem é não haver tempo morto, *fuga, roubo* de tempo de trabalho para o exercício da gestão de si dentro e fora do trabalho. Essa intensificação redunda no fluxo constante de informações jornalísticas, na valorização e, ao mesmo tempo, na desvalorização (banalização) do jornalismo.

5.2. O trabalho revela os valores do jornalismo

Quais são os sentidos sobre o trabalho jornalístico projetados na figura de novos arranjos autointitulados como independentes e/ou alternativos às corporações de mídia? Essa questão orientou toda a pesquisa desde a problematização do que seriam novos arranjos, independente/alternativo do jornalismo e, mesmo de que jornalismo se está falando. Essa é de fato uma questão mais de fundo. Há mesmo escolas (correntes) de pensamento que demarcam determinado *ethos* associado a potencialidades de (re)valorização de práticas e princípios do jornalismo, ora se contrapondo, ora reiterando discursos circulantes nas grandes redações brasileiras, nas universidades e nos compêndios acadêmicos do assunto. Fazemos a análise dos efeitos de sentidos construídos por meio da estratégia discursiva destes arranjos, relacionadas a um contexto de mudanças na forma de organização do trabalho, ao desenvolvimento do aparato

tecnológico móvel e de dinâmicas produtivas descentralizadas, bem como à noção de crise do modelo de empresa jornalística tradicional. Há aspectos bastante polêmicos e que continuam em nossa pauta de estudos e discussões.

Nem todas as iniciativas mapeadas identificam-se explicitamente como sendo jornalísticas. E, mesmo entre as que se auto intitulam como jornalísticas, há uma multiplicidade de lugares de enunciação desenhados, no esforço de construir relações de identificação, mas também diferenças dentro deste campo de produção - quer seja em relação à grande mídia ou a outros veículos situados no espaço da produção independente/alternativa (ROXO, GROHMANN e MARQUES, 2017).

Trabalhamos com os conceitos da Análise de Discurso (ORLANDI, 2007) para identificar as posições de sujeito construídas pelos entrevistados e os efeitos de sentidos sobre o trabalho jornalístico, as relações no trabalho, as formas de sustentação, bem como as formações discursivas/ideológicas que eles assumem. Mostramos como os discursos destacam o lugar de enunciação de prestígio simbólico da reportagem, da apuração aprofundada, da autonomia e da independência, como forma de legitimar a qualidade do jornalismo praticado nestes arranjos, marcando diferenças em relação às condições de possibilidade do trabalho nas corporações tradicionais de mídia. Mostramos também os discursos que polemizam com determinada deontologia que continua a defender o lugar de neutralidade do jornalismo, para colocar a questão do ponto de vista e da materialidade objetivada do lugar de fala que todo relato assume ao enunciar-se.

5.2.1. As condições de produção do discurso do jornalismo independente e alternativo

As condições de produção de um discurso nos remetem à compreensão dos entrelaçamentos dos fatos mais gerais e históricos com os fatos mais contundentes do tempo presente os quais fazem emergir os sentidos de uma época. Os discursos significam no entrelaçamento com outros discursos que circulam na sociedade. Os sentidos são efeitos que se estabelecem no enfrentamento das relações de comunicação entre os grupos sociais. Nesses embates, emergem as posições de sujeito que podem e são chamados a expressarem-se, mas emergem também os traços de silenciamento (ORLANDI, 1995) daqueles que não são bem-vindos à arena discursiva ou então as marcas dos discursos que são enunciados em contraposição, em desacordo ao discurso circulante hegemônico (MORAES, 2010). Assim também é no jornalismo. Os enunciados independente e alternativo, por exemplo, remontam a diferentes sentidos ao longo da história da imprensa (PACHI FILHO; SOUZA; MOLIANI, 2016; HAUBRICH, 2017; DOWNING, 2002) e mantém, no entanto, um valor de contraposição ao dependente e ao instituído (não alternativo). Na história recente do Brasil, esses conceitos nos remetem a experiências que, no caso do jornalismo, se propuseram como contrárias à ditadura militar pós-1964, e alinharam-se aos discursos políticos de oposição, aos movimentos comunitários e populares. No entanto, os discursos alternativos ao status quo são expressos nos jornais populares, operários, sindicais, comunitários, feministas, antirracistas desde o século XIX no Brasil. São inúmeras as experiências, e poderíamos registrar como uma das mais expressivas o jornal A Plebe, dirigido pelo jornalista Edgar Leurenhoth.

Nesta década do século XXI, vimos aflorar no Brasil e em distintos países do globo, novas iniciativas, que denominamos arranjos do trabalho do jornalista (NONATO; PACHI FILHO; FIGARO, 2018) e que se auto intitulam independentes e/ou alternativas às corporações de mídia. No Brasil, o crescimento desses arranjos começa em torno de 2012 e tem um boom entre 2014 e 2015. Antes deles, a experiência marcante é a dos blogueiros (NONATO, 2018), que jogou papel destacado nas campanhas eleitorais entre 2006 e 2010.

O crescimento dos chamados arranjos jornalísticos está ancorado na situação política do país e no aparato tecnológico móvel com os recursos de Internet e de aplicativos incrementados pelos telefones celulares. Se, de um lado, temos as tecnologias e o movimento social, por outro, no entanto, temos a crise do modelo de empresa jornalística tradicional. As empresas se reestruturam para alavancar seus lucros, reduzindo a força de trabalho, os salários e os direitos conquistados historicamente. Essa crise também abate o jornalismo com demissões, fim da exigência do diploma, precarização dos contratos de trabalho, pejotização e, atualmente, o que se chama de contratação sem tempo definido (zero hour contract) (ANTUNES, 2018). Sobretudo, as grandes empresas de jornalismo e informação respondem à crise com a alteração da forma de se relacionar com seus públicos e anunciantes, tornando o material jornalístico ainda mais modalizado pela lógica da audiência (cliques, curtidas, view).

O jornalismo que já era produzido na 'cozinha' da redação, ou o jornalista 'sentado' a que se refere Kucinski nos anos de 1990, passa a produzir jornalismo tendo como fonte as redes sociais e as buscas no sistema de pesquisa do Google. A precarização das condições de trabalho é tão grave

que não há tempo, nem recursos, investidos em apurações, reportagens, informações aprofundadas, aspectos que afetam diretamente a qualidade do jornalismo (FONSECA; SOUZA, 2006).

São essas as condições gerais em que se produzem os discursos dos novos arranjos do trabalho do jornalista. Essas condições objetivas produzem no campo da materialidade discursiva do jornalismo contraposições entre o velho e o novo jornalismo; o jornalismo de cliques e o jornalismo de reportagem, aprofundado, explicativo - entre outras nomenclaturas que adjetivam o fazer jornalístico - para dar ao que se produz algum lugar nas disputas que se estabelecem entre o que é informação, acontecimento e o que é publicidade, entretenimento. E também evidenciam o que são as condições de trabalho que permitem a prática jornalística e a precarização dos vínculos de trabalho que impede a qualidade do produto jornalístico.

5.2.2. A apuração e a reportagem como *ethos* que identifica o profissional

As entrevistas e as falas nos grupos de discussão com representantes dos arranjos do trabalho do jornalista desta pesquisa colocam em cena, do ponto de vista enunciativo, esforços para se definir o que seria a prática jornalística legítima, de "qualidade", revelando a valorização de certos princípios, saberes e procedimentos, aos quais os sujeitos buscam se vincular nestes espaços de produção. Este é o caso, por exemplo, da reportagem, evidenciada como gênero jornalístico simbolicamente valorizado no discurso de iniciativas como a Agência Pública e AzMina. De fato, como apontam Bergamo (2011) e Traquina (2013), a reportagem ocupa uma

posição de prestígio no jornalismo, sendo entendida como a "essência" mesma da profissão, "como a forma mais "verdadeira" de ser jornalista" (TRAQUINA, 2013, p. 43), isto é como elemento central da identidade dos jornalistas como grupo profissional. Neste particular, há nos discursos um esforço de vinculação do trabalho realizado nestes dois arranjos a um sentido forte do que representa fazer jornalismo, demarcado pelo "território" da prática da reportagem.

Associadas a um princípio de independência - que refrata a vinculação do jornalismo às razões de mercado – as falas evidenciam um *ethos* vinculado à capacidade de produção de narrativas de maior "fôlego" e "profundidade", diante de mudanças na forma de organização e sustentabilidade do trabalho, e como contraponto à tônica dominante das rotinas de produção das redações tradicionais.

No discurso da informante da Agência Pública, a organização assume caráter exemplar: sua missão é voltada ao jornalismo independente, o que significa pautas direcionadas para os direitos humanos, sem busca de lucratividade. É uma organização para fazer jornalismo de reportagem, investigação e para agenciar essa produção em outros veículos, e para "fomentar o jornalismo independente no Brasil". Essa última missão está a cargo da Casa Pública, no Rio de Janeiro, cuja função é de encubar novas experiências e profissionais.

Define a Pública como produtora de jornalismo independente porque não é empresa. É uma organização, não tem finalidade de lucro. Quer fazer reportagem. As fundadoras queriam "fazer alguma coisa para fazer reportagens independentes". Aqui a entrevistada reitera os valores do campo jornalístico: um discurso que faz parte de seu valor deontológico –

não tem compromisso com os poderes – para poder informar as pessoas. Faz isso reiterando o valor máximo que elas têm: a reportagem. As fundadoras são repórteres experientes. Uma delas à frente dos dados coletados pelo Wikileaks; outra com trajetória em veículos vinculados à reportagem. Todos(as) são jornalistas; mesmo os que trabalham com imagem, vídeo, etc. "não são só artistas", "são repórteres". Um discurso que se apoia em toda a mística sobre o repórter, que investiga, presencia e reporta os fatos, informações, e é capaz de criar uma narrativa humanista.

A voz de uma das fundadoras é reiteradamente citada como argumento de autoridade, uma grande repórter, para valorizar o fazer jornalístico independente e o discurso da organização. As reportagens são projetos e produtos de um portfólio que é a prova do jornalismo independente. Trabalham por projetos. Estruturam propostas de pauta para oferecer em campanhas de *crowdfunding*; e a editais de fundações. Os horários são mais flexíveis, há tempo para se fazer a reportagem: "o cara pode ficar três dias em casa para fazer a matéria".

Ao tratar a Pública por esse discurso, as marcas de interdiscursividade estão dadas para realçar o valor da referida agência, explicitar o lugar de fala de autoridade no que diz respeito à qualidade jornalística; e se diferenciar dos que não são independentes. A heterogeneidade constitutiva do discurso, característica do dialogismo, mostra-se na corrente dos discursos sobre o valor do jornalismo como bem cultural e social das sociedades modernas contemporâneas, em que a independência também dialoga com os preceitos de neutralidade e objetividade jornalísticos, aspectos que garantiriam a exposição dos fatos para a tomada de decisões pela sociedade de maneira democrática.

O jornalismo que produzem se diferencia daquele produzido pelas grandes empresas. Esse efeito de sentido é construído por meio da estratégia discursiva sobre o tempo do trabalho para a reportagem, comparativamente na agência e na mídia tradicional. É o tempo que faz a qualidade, que permite a apuração, a discussão o cuidado ético e reflexivo que o profissional jornalista precisa ter para diferenciar-se dos "mortais produtores de informação". A entrevistada faz a voz e a vez do jornalista de redação tradicional, o relato citado: "ah, mas quanto tempo vocês demoram pra fazer uma matéria?". "Três meses". As pessoas ficam: "ah tá, a gente nunca vai fazer isso". Esse tempo representa a qualidade do produto jornalístico e a qualidade de vida para o profissional. Aqui trabalho dignifica, permite engajamento, realização. Ao contrário do trabalho alienado (HUWS, 2013) cujo controle do tempo e das regras estão fora do alcance de quem trabalha.

A troca de experiências entre a equipe e o espírito colaborativo entre os repórteres, que discutem as pautas, e colaboram com infográficos, ilustrações, etc. é também pontuado como um aspecto diferenciador das redações tradicionais. A sede funciona como um lugar de encontro e de trocas entre eles. O discurso reafirma processos de trabalho mais horizontalizados, colaborativos e o ambiente é de amizade sem pressões de chefias. No entanto, as marcas discursivas revelam como o trabalho é feito por profissionais em relações precárias de vínculo empregatício. A agência não tem estrutura física como computadores suficientes para que todos trabalhem na sua sede. O que não é visto pela entrevistada como um problema, já que a pessoa pode trabalhar de casa, no seu tempo e espaço. Mas esse trabalhador assume os custos do trabalho e o vínculo com a Agência é precário.

Outro aspecto que diferencia o trabalho jornalístico da Agência no discurso da entrevistada é que o objetivo não é o lucro. Também a estrutura empresarial é pesada e demanda retorno imediato para se viabilizar como negócio. O jornal Folha de S. Paulo é o grande modelo para posições enunciativas diferentes: é o parceiro republicador, é a empresa de grande porte que precisa lucrar para manter-se e aí sua contradição com o jornalismo de reportagem.

"Que é uma coisa que tem a ver com dinheiro também. Lá na Folha ou, sei lá, mesmo essas revistas hoje têm condições de deixar um repórter fazendo três meses uma matéria? Acho que é todo o arranjo mesmo de produção. A gente não tem um arranjo pra produzir muita coisa, a gente produz pouco, só que a gente produz coisas extensas e complexas e bastante profundas. Acho que talvez essa seja a principal diferença. Tem toda a questão de financiamento mesmo, da Pública não ser uma organização, da Pública não ser uma empresa. Uma organização sem fins lucrativos que distribui conteúdo por aí porque a gente acredita que é uma forma de... a gente quer influenciar o debate democrático no Brasil. A gente quer que as pessoas tenham informação, as pessoas se empoderem com informação." (Representante da Agência Pública)

Para a entrevistada, a Agência Pública tem duas fundamentais diferenças da mídia tradicional, e dizem respeito à forma de financiamento e ao tempo para fazer o trabalho. De fato, tempo para o fazer jornalístico e a forma de financia-lo são os eixos centrais que estão no cerne das disputas pelo valor do gênero jornalístico.

O valor da "reportagem de qualidade" e do "jornalismo investigativo aprofundado" também é sublinhado na fala da representante de AzMina, que referencia o modelo da Pública como semelhante ao assumido pela revista, especializada na cobertura da temática de gênero. A exemplo da primeira, esta também foi "fundada por repórteres" e adota um modelo de jornalismo no qual "o lucro não é o essencial, o essencial é fazer bom

jornalismo e remunerar quem está fazendo esse jornalismo de maneira justa". A interlocutora, que é uma das fundadoras do arranjo, ressalta que a revista iniciou suas atividades via financiamento coletivo (crowdfunding), e hoje se mantém por meio de doações mensais de leitoras, além de já ter captado recursos por meio da realização de palestras e via fundações (Ford, Open Society, MamaCash), com o financiamento de bolsas de reportagens. Um princípio de transparência na condução desses recursos é acionado, de modo a qualificar a seriedade do trabalho realizado pelo arranjo. "Azmina diz quanto recebe e Azmina diz como gasta", pontua a entrevistada, ao indicar o botão da transparência mantido na página da organização (com um relatório de atividades anuais realizadas).

Do ponto de vista enunciativo, a entrevistada constrói a narrativa de um "eu" sujeito consciente das condições inadequadas para uma produção jornalística séria nos quadros da grande imprensa, pois remete à sua própria experiência profissional nesses espaços de trabalho. Os efeitos de sentido que vai delineando a narrativa de fundação de AzMina é associada, por um lado, ao fortalecimento da circulação de pautas de viés feminista, à independência na abordagem dessas pautas, e no compromisso que têm com suas leitoras. Por outro lado, o discurso é marcado pelo desconforto dado pela contradição das condições precárias de trabalho em que se encontra. Mesmo assim, o sentido de resistência emerge quando reflete sobre a noção de "crise do jornalismo" nas mídias tradicionais, com a correspondente perda do "jornalismo de qualidade" – qualidade esta que seria, ao fim e ao cabo, resgatada na proposta editorial de AzMina e sua ênfase na reportagem. Enquanto na grande imprensa existiria preponderância das *hard news* e ausência de "profundidade", "criatividade", "matéria experiente", a

proposta de AzMina revalorizaria esses últimos princípios, posicionando-se no campo da prática do "jornalismo de qualidade" e do tempo estendido da produção e recepção das matérias.

"A fundação da revista veio de um momento acho que um pouco de crise do jornalismo e de crise de todas as jornalistas que estavam em grandes redações ou tinham recentemente passado por grandes redações e que vinham sentindo que, um, a reportagem... o jornalismo de qualidade, a reportagem aprofundada vinha perdendo terreno ao mesmo tempo em que o ambiente de trabalho se precarizava, então trabalhando cada vez mais longas horas, assim, muitas com relatos de assédio moral, de assédio sexual, o ambiente de trabalho ruim. Ao mesmo tempo em que o feminismo vinha em ascensão, o que a gente chama de terceira onda do feminismo vinha em ascensão, inclusive impulsionado pelas redes sociais. Então a gente percebeu aí um momento de falar desse assunto, mas falar desse assunto não da maneira que vinha sendo falado até então, que era pela via da opinião, pela via do blog, pela via do comentário de Facebook, a gente percebeu que havia aí um espaço para tratar de feminismo pelo viés da reportagem, fazendo jornalismo de qualidade e jornalismo feminista, mas sem que isso ficasse restrito a opinião somente." (Representante da AzMina)

Princípios como "ouvir os dois lados", "tentar ser objetivo", ter "transparência na formulação das pautas" são invocados de forma a demarcar a associação da revista com um modo de fazer jornalismo que atualiza valores dominantes do campo profissional e reitera discursos circulantes nas grandes redações brasileiras. "A gente, mesmo tendo esse viés [feminista], continua com todos os princípios básicos do jornalismo", enfatiza a entrevistada, que, em sua trajetória profissional, teve passagem por veículos da grande mídia, como Valor Econômico e Folha de S. Paulo.

O tratamento dado à pauta e à duração no tempo do material produzido em forma de reportagem por AzMina, no entanto, seria um dos diferenciais em relação à grande mídia: "matérias atemporais", "matéria para explicar as coisas". "A nossa leitora adora esse tipo de matéria e é um dos focos do nosso jornalismo".

A aproximação entre jornalismo e militância é contida, apesar do viés feminista que dá corpo à proposta editorial da publicação: "eventualmente há uma mistura", "mas é exceção", como no caso das campanhas realizadas pela organização. Há, portanto, uma preocupação em reforçar o lugar do veículo como sendo jornalístico, e para tal, é necessário afastar ou conter o sentido de militância ou até mesmo a ênfase opinativa das produções. "A gente tem as colunas, embora a gente não privilegie as colunas".

Por outro lado, há um sentido de engajamento enunciado na perspectiva de "fazer o que se acredita" em termos jornalísticos. A noção de pertencimento a um projeto próprio faz o trabalho, ainda que intensivo e mal remunerado, ser entendido na chave da satisfação e de recompensas simbólicas; motiva o ingresso e permanência no arranjo. Esse trabalho é expressão da atividade humana, como atividade consciente que objetiva o ser no mundo. A gestão de si *por si mesmo* no trabalho e a gestão de si *pelo outro* (SCHWARTZ, 2007) pertinente à toda atividade manifesta-se como resistência às normas da organização do trabalho jornalístico da empresa capitalista. Se há gratificações, há também, por outro lado, a necessidade de compatibilizar o projeto da revista com a realização de outras tarefas, como freelancer, de modo a garantir complemento à renda. A dedicação intensiva, no entanto, não é sentida como exploração, ao contrário da situação de apropriação do tempo de trabalho em um grande jornal. "Na AzMina eu trabalho muito, mas eu não me sinto explorada".

A entrevistada reforça a definição de AzMina como "jornalismo independente", ao ponderar que o arranjo se distancia de interesses mercadológicos. Prevalece a ideia de jornalismo sem fins lucrativos, a

exemplo da Pública, isto é, de um jornalismo desinteressado de razões mercantis. Isso não significa aproximar-se, por outro lado, do qualificador "jornalismo alternativo" aos grandes veículos de mídia, em função do sentido de oposição que o mesmo carrega. "Não necessariamente a gente se opõe".

5.2.3. Reforçando o sentido de independência

O entrevistado da Envolverde tem o lugar de fala de um experiente jornalista, que passou por grandes redações e, ainda no final dos anos de 1990, resolveu criar com um grupo de jornalistas, sua própria Agência especializada em jornalismo e meio ambiente. Desde então, adaptando-se às flutuações das crises econômicas e das mudanças no jornalismo, identifica-se como uma revista digital especializada em sustentabilidade. Os vínculos contratuais mudaram bastante no período, o tempo das vacas gordas permitia uma equipe com cerca de 40 pessoas contratadas e bons salários. Jornalismo de qualidade, reportagens especializadas, com pesquisa, vendidas para os grandes veículos. O jornalismo que praticam é de interesse público: "trabalham com interesse em políticas públicas". A questão da independência é um posicionamento ético fundamental para o exercício do jornalismo. E, ao posicionar-se, aciona uma corrente de interdiscursos relativos à deontologia da profissão: verdade, objetividade, mostrar o outro lado. Mantras repetidos *ad infinitum* e dificilmente praticados. Mesmo porque neles residem posições filosóficas que vão do positivismo *naïve* ao racionalismo liberal. De maneira simples o interlocutor de Envolverde coloca-se como o jornalista que tem responsabilidade na formação da

opinião pública e sabe disso, o que demanda "honestidade intelectual". O perfil do profissional mudou muito, mas mantém na essência o compromisso com a credibilidade.

"o jornalista continua tendo a sua responsabilidade enquanto o formador de opinião, enquanto um agregador de credibilidade à narrativa, isso não... não mudou e não pode mudar, esse é o esteio do ser jornalista, o que você faz quando você trabalha como jornalista é garantir pelo menos uma integridade intelectual, tem uma coisa que as pessoas falam, que eu acho muito engraçado: o jornalismo tem a ver com a verdade, jornalismo tem nada a ver com a verdade, quem trabalha com verdade é pastor, padre, rabino, a verdade é coisa das religiões, o jornalismo tem a ver com honestidade intelectual, uma narrativa honesta, onde você vai dar a sua visão, a sua interpretação dos fatos de uma forma honesta, isso é o jornalismo, né!" (Representante do Envolverde)

Esse discurso coloca o jornalista no centro da questão do papel do jornalismo na sociedade, sem, no entanto, deixar de demarcar o caráter mercantil da atividade. Mesmo em forma de chiste, a personagem do "patrão" entra para demarcar a linha editorial. Conquanto o jornalista seja o responsável pela "ética" em informar, ele/ela, nesse contexto, não deixa de estar submetido à lógica do capital. É esse discurso sublimado que emana da fala do experiente jornalista de Envolverde. Pois, nas grandes redações onde trabalhava, tinha muito bom salário, mesmo assim saiu para buscar seu próprio lugar de fala no jornalismo.

O valor da "liberdade", independência no fazer jornalístico, também aparece na narrativa enunciada pela representante do veículo Nexo em duas perspectivas. A primeira relativa à "liberdade" para trabalhar a pauta, "liberdade para encontrar o que esteja do outro lado". Na tentativa de marcar a autonomia da produção jornalística "séria", cumprir o papel social desta atividade. Marca-se contraposição ao jornalismo dos veículos de mídia tradicional, que são criticados pelo enquadramento dado aos conteúdos na

escolha dos personagens, insistência de pontos de vistas hegemônicos e olhar dado às notícias. A essa "liberdade", somam-se outros valores importantes para o jornalismo independente e, no caso do Nexo, "profissional": o rigor, a qualidade das fontes, o uso dos dados. Como garantia de que a organização sabe o que está fazendo, há a experiência de uma das sócias que é pesquisadora e a seriedade do tipo de "jornalismo explicativo" feito pela organização.

"Do rigor que a atividade acadêmica te dá, uma musculatura, (...) um jeito de formatar os conteúdos, o uso dos dados, a qualidade das fontes,(...) curiosidade da pesquisa que (...) procura trazer pro jornalismo, (...) e aí métodos (...) por que o nosso modelo editorial tem um apego muito forte a ideia de equilíbrio, (...) uma coisa que a investigação científica, se ela está séria, ela tem que ter uma abertura, muita liberdade para encontrar o que seja do outro lado." (Representante do Nexo)

A liberdade do jornalismo independente do Nexo remonta à deontologia do jornalismo: a pauta, a apuração, diversidade de fontes, mostrar o outro lado. Sem, no entanto, fazer reportagem. Segundo a entrevistada, a estrutura e o "modelo de negócio" da empresa fez com que optassem por não fazerem reportagem. Não lidam com o factual, constroem conteúdos que tenham perenidade. Todo o trabalho é feito na redação, diferente da Agência Pública, mas a "equipe" é "multidisciplinar", há jornalistas com "experiência em redação", mas ser jornalista não é o mais importante, há cientistas políticos, biólogos, "cientistas de dados", economista, o que importa é "cultivar uma visão". A narrativa sobre o trabalho dessa "equipe multidisciplinar" apresenta o outro sentido dado ao valor "liberdade". A "equipe" do Nexo também trabalha de forma "colaborativa", todos podem participar do "momento da pauta até o momento da publicação do conteúdo, (...) da elaboração, da programação,

tudo, é um processo extremamente colaborativo" e a interdisciplinaridade dos trabalhadores "é muito inspirador para a equipe" que também tem que ser mais "versátil" para "pensar outros formatos". A liberdade enunciada aqui diz respeito a manter a criatividade dos trabalhadores, necessária para o Nexo "inovar". A "versatilidade" diz respeito ao acúmulo de atividades, ao domínio de diferentes meios, plataformas, formatos e linguagens. Características necessárias para a otimização produtiva (CORIAT, 1994; DURAND, 2003) e a manutenção do "modelo de negócio" do Nexo.

O Nexo é narrado por sua representante como uma organização que se autossustenta. A enunciação é coerente com as premissas de ser uma organização "independente" e "autônoma". A enunciadora assegura que não recebem dinheiro de fundações, usam recursos próprios e estratégias de assinaturas. Não acreditam que a publicidade os ajude a "pagar a conta". Se não acreditam, não investem recursos neste tipo de relação econômica e isso permite manter autonomia editorial. Nunca fizeram *crowdfunding,* porque não se interessam por "uma doação uma vez"; querem "construir uma relação" com o assinante. Essas marcas enunciativas mostram como o Nexo busca se diferenciar de outros veículos autodenominados como jornalismo independente, como a Pública e AzMina, sendo uma empresa de jornalismo independente. Os léxicos são do campo semântico empresarial, sustentados por um plano de negócios, que nem todos possuem. Fizeram um planejamento que lhes permite mapear o contexto, compreender o que lhes dá condições de competitividade com os "independentes" e com os "tradicionais" em um cenário de crescente aumento dos produtores de "conteúdo digital". Para se diferenciar, ir contra a corrente do trabalho voluntário, de *freelancers, home office* ou por projeto, mostra que se trata de

uma organização sólida que sabe onde quer chegar. Esse formalismo estrutural, até mesmo "tradicional", projeta uma imagem de segurança para que receba investimentos, mesmo que na fala só apareça o investimento feito pelos trabalhadores que "acreditaram" no projeto "novo". Nesse sentido, Nexo têm uma redação com 29 profissionais, todos, segundo a entrevistada, assegurados pela CLT e este é um aspecto interessante. A "crise do jornalismo" - que para a enunciadora é uma "crise de credibilidade" dos veículos hegemônicos tradicionais - é usada pela mídia hegemônica para justificar a precarização do trabalho, mas para o Nexo foi uma oportunidade. Mesmo sendo nova e "inexperiente" no ramo jornalístico, a empresa conseguiu atrair "gente boa, desempregada" porque segundo ela "um ambiente muito instável mesmo (...) te oferece pouca segurança então hoje a gente consegue recrutar pessoas muito boas" porque oferecem carteira assinada com as garantias da CLT e benefícios como seguro saúde, vale transporte e alimentação, além da infraestrutura para trabalhar.

"tem pessoas que trabalhavam em redações grandes e vieram, acho que é uma coisa que as redações (...) tem um ambiente de trabalho também que (...) tem muita demissão, (...) tem muita instabilidade, (...) tem um trabalho que te pressiona muito, pouco interessante, então a possibilidade de um projeto novo que se propõe..., a gente também foi supercontundente assim... a gente..., todo mundo ser contratado CLT, tem seguro saúde, tem vale-transporte, vale-alimenta[ção]." (Representante do Nexo)

Se o "modelo de negócio" é inovador porque lida com a dinâmica do *on line,* das tecnologias de informação e comunicação – TICs – contemporâneas e das interações construídas, por sua vez a estrutura produtiva do Nexo ainda carrega nomenclaturas da grande mídia, assim como para a Pública: redator, revisor, editor, produtor. Mostrando que,

aqui, o fazer jornalístico ainda se sustenta em uma lógica de produção do modelo hegemônico tradicional.

Os discursos de três dos arranjos – Agência Pública, AzMinas e Nexo – constroem uma linhagem de enunciados cujo balizador é a "independência" jornalística. Os efeitos de sentidos que se quer produzir é o da credibilidade, um valor fundamental no jornalismo e moeda de troca para a existência de um órgão de informação. A formação discursiva que emerge é aquela demarcada pelos valores-notícia próprios do jornalismo, mas não necessariamente do jornalismo dos temas quentes do cotidiano e sim aquele conteúdo que é pautado com o rigor que faz aparecer o acontecimento e seus embricamentos na corrente da dinâmica social. As marcas dessa formação discursiva operam na dupla dinâmica apuração/não apuração; profundidade/superficialidade; diversidade de fontes/ não diversidade de fontes; sem fins lucrativos/com fins lucrativos; sem compromissos políticos/ com compromissos políticos. Essas vozes enunciam a reiteração da deontologia da formação discursiva do gênero jornalístico e seus valores tradicionais, daí emerge a formação ideológica da verdade factual, da verdade como valor e possibilidade do jornalismo sério, a independência como um valor absoluto com o qual se quer o reconhecimento de um lugar de fala profissional e crível.

O discurso do Envolverde desnuda a pretensão da independência como pré-requisito para a "verdade". Para esse experiente jornalista, que já passou longos anos em grandes redações, a "verdade" é a máxima para a religião, o dogma. Para ele, o jornalista deve ter ética e integridade intelectual. Narrar os fatos é um processo de seleção e organização do discurso sobre o factual, e nesse processo é que se faz jornalismo. Prática

discursiva e posição intelectual diante dos agentes sociais: poder e dinheiro estão aí imbricados. Saber identifica-los e ter compromisso intelectual com o social é que faz do jornalismo um discurso importante para a sociedade. Já para a Agência Pública e AzMina é a reportagem a âncora que continua dando prestígio e credibilidade a esse tipo de enunciação. Para o Nexo é a equipe de profissionais focada em fazer um jornalismo de inovação e explicação que garante a qualidade.

No entanto, vê-se que esse lugar de fala também revela o dilema da precariedade econômica dessas iniciativas do trabalho jornalístico. Ou se tem recursos para investir "no negócio" ou se necessita criar uma rede de apoios e diversidade de prestação de serviços para manter a existência do veículo que, pelo produto jornalístico em si, pelo que oferece à sociedade, não tem a retribuição necessária à sua manutenção. Daí a necessidade de reiteração da independência como valor para ser crível e viabilizar-se como produto.

As forças produtivas envolvidas nesses arranjos do trabalho jornalístico transitam entre os vínculos formalizados da legislação contratual ao trabalho freelancer e voluntário. Por outro lado, os meios de comunicação mais leves e portáveis, as plataformas digitais e de diferentes formatos potencializam o fazer jornalístico e remodelam as rotinas produtivas e mesmo a noção de periodicidade.

Os discursos emergentes nessas falas e os efeitos de sentido que produzem levam à valorização do jornalismo, o adjetivo independente dialoga na dúbia chave a) sem compromisso com interesses dos conglomerados de mídia; b) sem fazer oposição aos conglomerados de mídia – podem ser parceiros ou podem ser concorrentes. Desse modo, não se

propõem a um discurso contra hegemônico nas pautas ou na forma de relação com as empresas jornalísticas tradicionais. Reforçam a noção de independência, mas se distanciam do termo alternativo e do sentido de oposição ao *status quo* que o mesmo carrega.

5.2.4. O jornalismo alternativo se identifica como de contraposição aos conglomerados de mídia

Adjetivar a forma jornalística tem sido uma saída para identificar o compromisso dos enunciadores com os preceitos do jornalismo, ou seja, a apuração dos fatos relatados com fidelidade ao acontecido e com contextualização para se permitir a compreensão. O jornalismo no século XX foi muito mais comprometido com a atualidade imediata dos fatos, (furo) do que com a possibilidade de criar elementos e relações para a compreensão do acontecimento na dinâmica mais ampla dos atores sociais. No entanto, foi nesse mesmo século que se criaram os gêneros jornalísticos que permitiram avançar para além da notícia e do relato frio dos fatos. A reportagem é o gênero privilegiado para a contextualização. A reportagem, muitas vezes de viés interpretativo, sobretudo nas editorias de economia e política, permitia o acompanhamento do desenrolar dos temas cruciais para a sociedade. A figura do repórter e o gênero reportagem é que construíram o discurso romântico sobre o jornalista (super-herói) e o jornalismo revelador da "verdade". A prática desse jornalismo demandou infraestrutura e recursos para garantir que o processo produtivo resultasse em material de qualidade e abundante. Esses momentos não foram regra na evolução do jornalismo, ao contrário, eles são momentos excepcionais.

Mas o discurso jornalístico já nasce com a complexidade normativa de todos os discursos. O processo de produção industrial de um relato sobre a vida moderna, com a autoridade de dizer e o dito ser o acontecido, e o não dito não existir, embora acontecido, ganhou sempre contraposição. Outros discursos, outros ditos, outros não ditos. A existência de um discurso jornalístico alternativo coloca em questão o polo do não alternativo, do normativo, ou seja, dos discursos consentidos. É nesse quadro que a história revela uma plêiade de iniciativas jornalísticas, apresentando na cena pública outras vozes, muitas vezes não autorizadas.

No caso dos novos arranjos do trabalho do jornalista também identificamos esse cenário denso de posições que se instituem na larga margem de sentidos para independente e alternativo. Independente é também um termo muito próprio das marcas jornalísticas que querem mostrar seu compromisso unicamente com o público, afirmando-se sem vínculos com interesses econômicos e políticos, muito embora a indústria jornalística viva de publicidade de grandes empresas e de governos.

Na fala do entrevistado do Opera Mundi se vislumbra essa complexidade de sentidos e confusões entre o independente e o alternativo:

"eu me formei em jornalismo em uma época em que praticamente não existia imprensa alternativa, os projetos tinham morrido todos, eu lembro de dois, talvez três se a gente contar a Carta Maior. Caros Amigos, Carta Maior (...). Os outros projetos alternativos eles eram nitidamente ligados a grandes projetos de dinheiro que era o caso da Bravo, da República, da Primeira Leitura, tinha um interesse econômico ali muito explícito assim, tanto é que deu no que deu." (Representante do Opera Mundi)

É clara o híbrido de alternativo como político e concorrencial. Projetos com estruturas empresariais semelhantes às existentes então, mas com uma linha editorial compromissada com a institucionalização de uma

democracia mais plural no Brasil. Nesse excerto o enunciador entrevistado reporta-se a iniciativas empresariais diferentes das empresas de famílias tradicionais presentes no jornalismo no Brasil: Mesquistas, Frias, Civitas, Marinhos, principalmente.

Por outro lado, este mesmo entrevistado do Opera Mundi localiza claramente a oposição discurso hegemônico nos conglomerados de meios versus os contra hegemônicos, que seriam os alternativos como eles.

"É muito importante a gente conseguir manter essa mídia alternativa, Opera Mundi e outros, nesse processo porque se a mídia já era concentrada com Globo, Época, Estadão e não sei o que, hoje em dia, com Google e Facebook é muito mais. Isso significa um discurso hegemônico assustador. Então a gente precisa ter canais que driblem, senão combatam abertamente, porque não tem condições, mas que pelo menos driblem esses controles digitais que esses grandes conglomerados exercem. Uso a palavra no presente, não é que podem exercer, exercem." (Representante do Opera Mundi)

Ainda pelo viés comparativo e híbrido a entrevistada do Jornalistas Livres enuncia o alternativo como uma mescla do tradicional e do que está sendo constituído em contraposição. Diz a jornalista:

"Olha eu vejo como melhor estruturado, eu não acho que vai acabar, eu não acho que Jornalistas Livres é também a nova experiência do que é essa nova comunicação que a gente defende acredita, eu vejo muitos Jornalistas Livres como um intermediário. Eu acho que a gente tem uma mídia tradicional alternativa, que tentou reproduzir muito do que era a mídia tradicional corporativa e aí ficou... E aí a gente tem esses veículos que estão nesse meio do caminho." (Representante do Jornalistas Livres)

Ambos os entrevistados se reportam ao modelo de instituição que se propõe a fazer jornalismo diferente das grandes empresas. E às dificuldades de se estabelecer uma contraposição discursiva de fato sem se estabelecer no cenário jornalístico com possibilidades de sustentação. Parece primordial o vínculo de independência e alternatividade com as formas de sustentação e

de organização empresarial/institucional. Ser de esquerda, a princípio, parece ser um impedimento para a organização do jornalismo como empreendimento comercial. A discussão é um tanto esquizofrênica, mas ela é fundamental: como fazer jornalismo comprometido com os interesses da coletividade, do bem comum, dos direitos humanos e garantir a sustentação do empreendimento, o pagamento do trabalho do/a jornalista?

É o dilema que diz enfrentar a entrevistada dos Jornalistas Livres:

"A revista Fórum, a revista Carta Capital que tentaram fazer mídias, serem as Vejas da esquerda. (...) O Jornalistas Livres, a Mídia Ninja, o próprio TV Drone, a Ponte, a Pública várias experiências que a gente vê que são meio termo, mas que elas estão procurando ainda, eu vejo que vão se transformar, minha opinião pessoal. (...) A gente está tendo muito esse debate ainda, agora nesse momento dos Jornalistas Livres. O que a gente é? para onde a gente vai? e tem vários debates. A gente vai se consolidar? A gente quer ser um movimento social? Não, a gente não quer. A gente decidiu que a gente não quer, então muito do que a gente vai fazer daqui para frente tende a se aproximar mais do jornalismo do que da militância, a gente percebeu que até pelo contexto que a gente está vivendo no contexto histórico, a gente estava se aproximando muito da militância então a gente quer se aproximar mais da questão do jornalismo. A gente está tentando debater mais essa questão da sustentabilidade, então o CNPJ, financiamento, então bem ou mal, quando for entrar dinheiro como vai ser isso? São coisas que vão mudar, vão acabar transformando a estrutura." (Representante do Jornalistas Livres)

A fala contrapõe militância a jornalismo, falta de estrutura a estrutura. Como se houvesse uma relação intrínseca entre militância e falta de estrutura e, de outro lado, jornalismo e estrutura (dinheiro). Se a máxima pode ser falsa, visto ser o engajamento no jornalismo de qualidade uma militância exercida por muitos profissionais em distintos órgãos de jornalismo, ela pode ser também verdadeira quando se entende o jornalismo como um negócio e não como um discurso. O jornalismo como discurso da modernidade é fruto de um processo histórico que se sustenta na grande empresa, na urbanidade, no capitalismo desenvolvido. Como produto de

um tempo e de um sistema econômico, o modelo de jornalismo que conhecemos seria o que é, nada mais nada menos. Toda a nossa intencionalidade de prover o jornalismo como área de conhecimento, que permite a emancipação do cidadão, seria retórica comercial para construir credibilidade ao produto?

Essa forma de vincular independente e alternativo não está errada, mas é complexa e pode levar a visões muito simplistas dessa relação contraditória e densa, sobretudo, quando dependemos das formas assalariadas (com tudo o que essa expressão implica na atualidade) do trabalho para sobreviver. Como garantir o produto jornalístico sem o trabalho remunerado de jornalistas? Para o entrevistado do Pressenza esse dilema é superado quando se tem outras fontes de recursos.

"Eu acredito que ela não tem finalidade de empregar ninguém, nem de vamos dizer assim, acumular capital ou...o objetivo dela é isso que eu te comentei né, é arregimentar voluntários que já têm suas profissões, ou estudantes que queiram aprender mais, ou enfim, pessoas da periferia que não tenham acesso, levar esse acesso! Tem esses objetivos. O objetivo nosso aqui nunca foi empresa, ou oferecer trabalho, ou simplesmente né oferecer postos. É... e o que sim é o arranjo talvez aí é essas coisas paralelas que a gente vai tentar, tá tentando fazer." (Representante do Pressenza)

A questão da linha editorial retorna ao centro da discussão e da compreensão sobre o produto jornalístico na fala do entrevistado de Opera Mundi. Para ele, "ser de esquerda" sinaliza os limites entre o hegemônico e o contra hegemônico, jornalismos e não apenas UM jornalismo.

"A gente usa publicamente a palavra "independente", mas a gente acha que também usa as palavras "crítico", eventualmente, "de esquerda", mas não muito por conta, por que não acha que essa a principal característica, embora a gente saiba que nosso recorte é de esquerda; crítico, militante, alternativo: a gente usa todas essas palavras." (Representante do Opera Mundi)

Retoma-se então a velha discussão sobre os valores do jornalismo. Seriam esses valores imanentes, próprios e irredutíveis: a verdade, a objetividade, de uma prática profissional capaz de transparência? Ou seriam estratégias compositivas de um gênero discursivo referencial e informativo? Desde os aportes de Ferdinand Saussure (linguista, positivista, início séc. XX) sabe-se que a linguagem e a língua não são transparentes. Os signos, os linguísticos aí incluídos, são resultados das relações sociais históricas e culturais. Produtos sociais, portanto. Assim é o jornalismo. Sempre ancorado nas contradições e nos conflitos das relações entre as classes sociais. Fora disso, o jornalismo ou qualquer outro discurso não é nada, nem mito, este também produto da história. Desse modo, reivindicar como reivindica o entrevistado de Outras Palavras a reconstrução do jornalismo, é colocar em pauta os embates do tempo presente, sobretudo, tendo em vista a profunda e constante reestruturação produtiva e destruição criativa do capital sobre a sociedade. Esse embate tem de ser enfrentado e dele e nele se faz o jornalismo.

> Mas nós não esperamos simplesmente ser alternativos, nós achamos que é preciso resgatar o jornalismo por isso que eu brinquei no começo, eles não fazem mais jornalismo. O jornalismo que foi um instrumento importantíssimo da democracia, assim como a democracia está decadente, o jornalismo está totalmente decadente. Então, nossa missão não é ser alternativo, nossa missão é resgatar e reinventar o jornalismo. Como será o jornalismo para uma sociedade pós-moderna, digamos? Muito dificilmente serão as redações industriais, muito dinheiro, centenas de profissionais, hierarquias super rígidas. (Representante do Outras Palavras)

Mais do que resgatar e reinventar, para o entrevistado de Viomundo, experiente jornalista que ainda trabalha na grande mídia, o debate sobre o alternativo e o independente no jornalismo tem a seguinte fórmula:

> Não sei se é independente. É dependente de mim, da Maria e do João (nomes fictícios). Não sei... Alternativo sim, porque você tem um discurso ainda padrão. Basicamente um discurso padrão ainda. Então qual é o discurso padrão hoje? "A economia está se recuperando; a corrupção é o principal problema do Brasil; o Brasil precisa fazer uma inserção subordinada do capitalismo tradicional, precisa aquietar e entrar na OCDE e esquecer essa história alternativa de China, Rússia, BRIQS, isso é uma merda". Isso é o discurso. Você tem linhas de um discurso e se você está fora dele, eu presumo que pode ser chamado de alternativo. Porque a gente questiona todo esse discurso que está aí hoje. Como a gente questionou no passado. Eu acho que acima de tudo a gente vê como uma janela. Uma janela para uma outra visão. Não é a verdade... Seria muito pretensioso achar que a gente tem a verdade. (Representante do Viomundo)

A fala do entrevistado aqui dá o tom de vínculo econômico ao independente/dependente, ou seja, o Viomundo depende do trabalho dos seus criadores e daqueles que estão atualmente envolvidos com a iniciativa. Quando se reporta a alternativo, esclarece que se trata da linha editorial, da forma de selecionar e apurar os fatos. Fazer jornalismo antes de tudo é selecionar e organizar fatos a partir de um determinado contexto e ponto de vista. O alternativo aqui é o discurso de contraposição ao dominante. Não se trata de verdade, de discurso único, trata-se de compromisso com o bem-estar das pessoas, das maiorias. Isto é integridade intelectual.

5.3. O jornalismo como voz da periferia

Periferia em Movimento, Nós, mulheres da periferia e Vozes (Vozes de Vila Prudente) são arranjos econômicos alternativos de comunicação (NONATO; PACHI; FIGARO, 2018) que nascem com propósitos e em momentos semelhantes (entre 2012 e 2014): produzir um jornalismo alternativo ao que é feito pela grande mídia, normalmente repleto de estereótipos. As mídias hegemônicas reservam à periferia temáticas

assistencialistas e com foco na violência do lugar. As periferias possuem uma parcela numerosa da população, e historicamente sempre influenciaram tendências, movimentos culturais e comportamentos da classe dominante, chamada também, em termos geográficos, de "centro". Diante disso, esta análise apresenta os discursos de jornalistas dos três arranjos citados. Para tanto, faremos uma breve reflexão a respeito das motivações que poderiam ter levado esses profissionais a criarem esses arranjos, a partir do mundo do trabalho e da percepção que trazem a respeito de "periferia".

5.3.1. Breve histórico e organização das três iniciativas

A trajetória social e profissional dos fundadores de iniciativas jornalísticas da periferia pode ser descrita a partir da tentativa conflituosa de inserção no mercado jornalístico comercial, marcado pela distância dos temas da sociedade. A solução para este conflito passa pela realização de um trabalho afinado com as necessidades de suas localidades de origem, porém é acompanhada pela grande dificuldade para a continuidade dos projetos. Mantê-los implica grande dose de sacrifício dos grupos: trabalho precário, duplas jornadas, instabilidade financeira e insegurança quanto ao futuro são aspectos a serem considerados como parte de um contexto socioeconômico em que há pouco espaço para a durabilidade dessas iniciativas, sendo que sua manutenção requer uma dinâmica complexa na busca de financiamento.

A escolha dos três arranjos se justifica pelo fato de tratarem de temas e conteúdos voltados para o território, a comunidade, os cidadãos locais, e envolvidos no processo de emancipação dos moradores. A chamada

"comunicação periférica" aposta no jornalismo feito "de dentro" da comunidade, ou seja, a partir da vivência daqueles moradores, que já estão inseridos naquela realidade. Observa-se que, em alguns casos, os jornalistas atuam também como educomunicadores, ou seja, preparam os jovens para utilizarem adequadamente os recursos da comunicação, como instrumentos de expressão da cidadania.

5.3.2. Periferia: reflexões acerca do termo

Segundo D´andrea (2013), o termo periferia mudou de significados ao longo do tempo. Foi primeiro apropriado por intelectuais acadêmicos, a partir dos anos 1960 e passa a ter outro sentido na década de 1990, a partir do lançamento do álbum Raio X Brasil, do grupo Racionais MC. Para ele, a partir desse momento o termo passa a ter um forte componente crítico e passa a ser publicizado pelos próprios moradores, cujo atributo se impôs enquanto "categoria identificatória". Ainda segundo o autor, do hip-hop o termo periferia se tornou forma política e identitária por seus moradores.

Falar de periferia é, sem dúvida, falar de lugar, resistência e vínculo. Para o geógrafo Rogério Haesbaert (2007), historicamente o território nasce com uma dupla conotação, material e simbólica, porque, ao mesmo tempo que traz sensação de dominação (da terra), traz o medo daqueles que são afastados e impedidos de possuírem a mesma terra. O uso político do termo território, ou territorialidade, segundo Milton Santos (2000), foi adotado a partir do século XIX para tratar do papel desempenhado pelo Estado no controle das relações entre as classes sociais e os espaços ocupados.

5.3.3. Periferia como lugar de enunciação

Periferia em movimento, Nós, mulheres da Periferia e Vozes são três exemplos de iniciativas jornalísticas que delimitam seu campo específico de atuação abordando as questões presentes em áreas da cidade de São Paulo, que podem ser denominadas genericamente de "periferias". Em que pesem as inúmeras diferenças que podem ser identificadas em cada uma dessas iniciativas e regiões onde surgiram, acreditamos ser necessário refletir sobre os sentidos instaurados no discurso presente nas denominações e no recorte do real que elas produzem. Nesta análise, apoiamos-nos nos estudos de discurso na tradição materialista (PECHEUX, 1997; ORLANDI, 1998) e na semântica do acontecimento proposta por Guimarães (2002).

Podemos observar que, à exceção do Vozes, as demais iniciativas adotam em seu nome a palavra "periferia". Na perspectiva de Guimarães (2002), os enunciados se produzem numa materialidade histórica do real, na qual os sujeitos são afetados pelo simbólico. Desse modo, o sujeito que enuncia assume uma posição no interdiscurso. Ademais, é necessário admitir que o político também afeta materialmente a linguagem, instaurando a divisão dos sentidos. Desse modo, os nomes das iniciativas jornalísticas demonstram as posições assumidas pelos sujeitos, já tomados por uma divisão de sentidos por eles assumidas na enunciação e na sua formulação discursiva. Ao nomear as iniciativas utilizando a palavra "periferia", os enunciadores rememoram os sentidos postos no discurso científico que divide o espaço geográfico em áreas centrais, onde se situa o comando da produção capitalista e se concentram os espaços reservados para a reprodução da vida social das camadas mais favorecidas da população, e

áreas periféricas, que vivem em função das áreas centrais e são reservadas para as camadas desfavorecidas da sociedade.

A incidência do discurso geográfico na nomeação dessas iniciativas remete à posição assumida pelos sujeitos numa ordem social desigual e se aproxima dos sentidos que podem ser projetados para "periferia". Este movimento de sentidos visa assim inserir o sujeito numa produção discursiva que se identifica à da periferia. Notemos que em ambas as iniciativas "periferia" é enunciada no singular. De que periferia se trata? Onde ela se situa? Em relação a que centro? Evita-se, portanto, particularizar, produzindo o efeito de identificação com todos aqueles que se consideram moradores ou leitores de uma determinada "periferia". ´Periferia´ torna-se, portanto, um termo que permite ao sujeito identificar-se na sua exclusão em relação às áreas centrais, ao modo de vida que elas representam. Nesse lugar de enunciação, o sujeito adere ao discurso que o coloca no lugar de pertencer à periferia, assumindo tal lugar como parte da sua identidade e como lugar de enunciação, a partir do qual os sentidos são elaborados.

Em Periferia em movimento, o sujeito gramatical é "periferia", apagando-se dessa forma os sujeitos que a colocam em movimento remetendo a uma coletividade que seria o responsável por este movimento. Em Nós, mulheres da periferia, propõe-se uma restrição do sentido. O “nós” são as mulheres, sejam elas as que produzem as notícias, sejam as leitoras. Delimita-se uma abrangência de sentidos que se relaciona a questões de gênero. O espaço geográfico delimitado pela periferia se associa à referência ao gênero, expresso no aposto "mulheres da periferia". São as mulheres da periferia que se dirigem a outras mulheres da periferia, construindo o

imaginário de uma identidade das mulheres que habitam este espaço determinado apenas pelo substantivo "periferia", que assinala ainda as particularidades e desigualdades a que estão sujeitas mulheres moradoras da periferia. Em ambas as iniciativas, os sujeitos estabilizam o sentido para a periferia, lugar de diferenciação e resistência na ordem do discurso e na ordem social. Busca-se um universo logicamente estabilizado de sentidos (PECHEUX, 2002) para construir um discurso sobre aquilo que denominam periferia, um lugar indeterminado e não particularizado, que se opõe implicitamente ao centro. Seu discurso visa produzir o efeito de que os sujeitos falam a partir do lugar de quem vive na periferia, portanto se autorizam a falar de uma realidade por eles conhecida.

A trajetória da formulação de sentidos do jornal Vozes é distinta das anteriores. Primeiramente, o jornal foi intitulado de Vozes da Comunidade da Vila Prudente. Em seguida, o nome foi mudado para Vozes da Vila Prudente e, por fim, apenas Vozes. O que se pode depreender desta trajetória é de que, em vez, de estabelecer uma identificação diretamente com o discurso geográfico e explicitar a divisão material que afeta a sociedade e a linguagem a partir desse lugar de enunciação, a designação leva ao sentido de pertencimento a uma área do bairro da Vila Prudente, na zona leste de São Paulo. Notemos que, apesar de pertencer a este bairro, há uma diferença em relação a ele que se inscreve no enunciado. Pode-se interpretar que as vozes da comunidade são aquelas das classes desfavorecidas e também para as quais o jornal se dirige, já que o sintagma “comunidade” pode ser parafraseado por “favela”. Comunidade pode ainda designar os laços afetivos que envolvem grupo social presente neste espaço geográfico. A mudança de nome para Vozes da Vila Pudente, ao eliminar o sintagma

"comunidade", apaga os sentidos que vinculavam a iniciativa às classes desfavorecidas. Busca-se a identificação em relação ao espaço geográfico circunscrito pelo bairro da Vila Prudente. Por fim, a nomeação Vozes se desvincula de qualquer designação geográfica, afastando-se de suas identificações originais. As vozes expressas no nome do jornal podem ser as de qualquer um, dispersas na sua indeterminação. Nessa trajetória de sentidos, desprende-se do processo de nomeação a identificação de quem são os enunciadores e os destinatários do discurso. Rejeita-se também a identificação e o lugar enunciativo que se estabelece em torno do sintagma "periferia".

5.3.4. Periferia e identidade profissional

A afirmação do vínculo com o território, com as origens de quem vive nas áreas periféricas da cidade de São Paulo, é um fator que permite aos fundadores dessas iniciativas jornalísticas definirem sua identidade profissional ou pessoal, constituindo um discurso que dá sustentação à sua atividade. Ao mesmo tempo em que reivindicam tal identidade, demarcam fronteiras discursivas que reforçam seu afastamento em relação ao jornalismo praticado na mídia comercial, característica das áreas centrais. Woodward (2014) explica que a construção da identidade é tanto simbólica quanto social. Tal construção depende ainda da marcação simbólica da diferença em relação a outras identidades, de modo a delimitar um espaço entre "nós" e "eles". Pela marcação simbólica, define-se quem é excluído e quem é incluído e por meio da diferenciação social essas classificações integram as relações sociais. Admite-se que estas identidades são fluidas e cambiantes, mas é necessário que elas se fixem para que possam se definir

no sistema de representação social que as sustenta. Tais sistemas de representação produzem significados e posições de sujeito que permitem aos indivíduos assumirem um lugar a partir do qual podem formular seu discurso.

Pode-se dizer que a origem nos bairros periféricos da cidade de São Paulo dos integrantes dessas iniciativas é o ponto de partida de uma história profissional que passa pela valorização dessas localidades e que dará os contornos para a definição de um segmento de atuação com características próprias. Desse modo, Nós, mulheres da periferia reúne jornalistas cofundadoras de bairros da zona leste, zona sul e da zona norte de São Paulo; o Vozes tem sua origem na Vila Prudente, na zona leste; e o Periferia em Movimento, no Grajaú, na zona sul. Observa-se que a divisão territorial da cidade de São Paulo não só nos seus elementos geográficos, mas também culturais e simbólicos, são fatores de identificação e que aglutinam sentidos que são adotados por esses jornalistas para conferirem um rumo a suas experiências profissionais.

Ser da periferia permite assim filiar-se aos sentidos que os determinam. Tais posições assumidas (PECHEUX, 2002) por eles reforçam os sentidos atribuídos aos bairros periféricos, marcados pela pobreza, pela exclusão social e pela violência, ao mesmo tempo em que buscam instaurar sentidos positivos, como a resistência, para área geográfica e seus moradores. Dessa forma, o sujeito da periferia se constitui no imbricamento dos estigmas que os definem no discurso hegemônico que vigora nas áreas centrais acerca das periferias e pela valorização que se busca fazer nestes veículos de comunicação dessas áreas periféricas, dotadas de uma cultura específica e pouco conhecida. Como exemplo, podemos observar em (1)

que a memória da violência é retomada como parte da história do sujeito, algo que se repete ("a outra vez") e atinge a muitos ("depois eu fui ver no Facebook que muitas casas tinham sido invadidas"). Em (2), a periferia é "o lugar de construção da identidade", definido pela geografia, pela distância em relação ao centro, mas também como lugares de "maioria negra", de "maioria pobre", "de maior índice de vulnerabilidade social". A periferia que aglutina os sentidos da desigualdade social e da violência, é também "lugar de resistência". Vale, portanto, aproximá-la da memória da resistência dos quilombos, que compõe um outro modo de significação em relação à senzala, lugar onde moravam os escravos, como observamos em (3). O lugar de resistência tem de ser elaborado na prática jornalística, por meios de fontes da periferia (4) e de "histórias da favela" (5). Esses lugares de enunciação são assim formados em oposição aos existentes na mídia dominante e em relação à representação proposta por esses veículos.

(1) A outra vez eu tava, tinha acabado de chegar do trabalho, tava cansado, e aí eu tava dormindo, era muito cedo, dia de jogo quarta-feira, nove e meia da noite eu tava dormindo, quando eu acordo tem um policial no meu quarto com a arma apontada pra mim, eu nem mexi e nem falei nada, só observei, aí até que meu pai subiu atrás do policial e aí o policial falou pra eu levantar com a mão na cabeça e eu, ainda tava meio perdido, e falei 'que que tá acontecendo, gente?' até que depois eu fui ver no Facebook que muitas casas tinha sido invadidas. (Entrevista do *Vozes* ao CPCT*)*

(2) É... acho que é... territo... é... territorializado né que aí eu acho que não é só só lance geográfico quando a gente fala da distância, mas é o lugar de construção de identidade. Esses territórios, são territórios de maioria jovem, são territórios de maioria negra, são territórios de maioria pobre, são territórios de maior índice de vulnerabilidade social, né, ou seja, com maior indi... com maior violação de direitos, então, cê... é... você vai sobrepondo e, são nesses territórios que a gente constrói uma identidade, ou várias identidades né, e que a gente constrói essas formas de fazer, então, é...(Entrevista do *Periferia em Movimento* ao CPCT).

(3) Então também é uma forma de desmistificar o jornalismo, porque quando a gente pergunta pro moleque na escola, o que que é notícia no seu bairro? Ele... sabe, quando a gente pergunta isso, ele vai falar "ah, é notícia..." ele vai lembrar da grande... só da grande mídia, "ah, teve um assassinato aqui, teve um assalto, teve não sei o que..." lá pro... a décima opinião "não, mas teve uma vez que fizeram uma peça de teatro" sabe, então é também desmistificar o que que é notícia, pra que ele entenda como que esse mecanismo tá estruturado, né, não é... então o que que acontece nesse bairro, só tem coisa ruim acontecendo aqui? Cadê a potência? Né, cadê o que é construído aqui? Cadê o... sabe, as soluções, que são elaboradas aqui? Porque são só... porque a gente foi jogado nesse lugar pra morrer sabe?! A gente criou formas de sobreviver, né, então... as periferias, elas são quilombos né, é... as pessoas dizem que são senzala né, tem aquela frase "quando a senzala aprende a ler, a casa grande surta". Não é senzala né, a senzala tá aqui no quartinho de empregada, isso é senzala, a periferia é quilombo né, eles... eles jogam a gente nesses lugares pra gente morrer, pra gente se matar, mas nesse lugar também surgem toda a resistência, esse é um lugar de resistência, e é dessa resistência que a gente tem que falar né. (Entrevista do *Periferia em Movimento* ao CPCT).

(4) Eu acho que tanto no Mural quanto no *Nós* a ideia de que fonte da periferia é a mais importante. Então a gente muda um pouco o foco, quando a gente vai fazer uma matéria no grande veículo ele vai fazer tudo, tudo, tudo e vai pegar uma "raspazinha" para comprovar que ouviu minimamente alguém. A gente tenta fazer o contrário, daquilo que a pessoa disse a gente dá mais importância para a gente ir atrás das outras fontes, então está que é sempre a voz da mulher da periferia no caso, o que ela tem a dizer (Entrevista do *Nós, mulheres da periferia* ao CPCT)

(5) Até porque a gente, eu particularmente penso que a gente produz jornalismo, jornalismo local, comunitário, em especial comunitário, mas a gente já passou por outras vertentes, assim, de jornalismo, a gente já produziu contação de histórias através do jornalismo, a gente já produziu jornalismo investigativo, acho que é uma variável dentro do Vozes, mas em geral, nosso foco é contar histórias da favela. Então, histórias que reforcem o poder da favela financeiramente, cultural, é local, geográfico, ah, mas que essas histórias inspirem outras pessoas, contem casos de vitória que alguém da favela teve. (Entrevista do *Vozes* ao CPCT).

Assumir a posição de um sujeito da periferia ou de seu porta-voz é uma construção feita a partir da trajetória profissional marcada pelo conhecimento de realidades simbólicas distintas que definem a cultura universitária e o mercado de trabalho, moldado pelas práticas jornalísticas dominantes e distantes de qualquer identidade ou vínculo com as periferias. A formação em jornalismo de modo geral confere-lhes o repertório para atuação no mercado de trabalho nos moldes tradicionais. Esses sujeitos passam a ser afetados pelo discurso acadêmico que lhes permite refletir sobre sua condição e sua origem social. Em (6), o conhecimento adquirido na faculdade de jornalismo é instrumentalizado em benefício da "favela", ameaçada de desapropriação. Contar as histórias desses moradores, consolidando sentidos de pertencimento ao lugar torna-se uma ferramenta de luta social. Em (7), o conflito em relação ao discurso dominante, que considera a periferia lugar de violência, ocorre na universidade. A orientadora não conseguia entender a proposta de trabalho de conclusão de curso sobre a periferia. Mas é também na universidade que se encontra referencial para sustentar a experiência de configuração da identidade e do lugar de enunciação da periferia, por meio do auxílio dos professores de Antropologia e de rádio.

> (6) O Vozes surgiu em 2013, meados de 2013, com o objetivo na época de tentar, na época, construir um diálogo com o governo do Estado, mostrar pro governo do Estado que aqui na favela da Vila Prudente existem pessoas com uma enorme referência da favela que não poderiam ser removidas por conta de uma obra, ah, tão desorganizada na época. E aí, enfim, conversei com alguns líderes locais na época e falei 'meu, to estudando jornalismo e tal, já tenho um pouquinho de conhecimento, acho que existe alguma forma de eu contribuir para que esse diálogo aconteça, né' e aí todos eles apoiaram e eu comecei a contar histórias de moradores da favela dentro de um blog. Todas histórias que eu criava eu mandava pra

subprefeitura, pra alguns emails que eu tenho do governo e enfim, saia divulgando. E daí, calhou dessa força, desse movimento, ser criado, ser criado não, ser levado pra equipe que estava organizando essas obras do metrô aqui na região. E aí sim abriu-se um diálogo, não com o governo, mas com o metrô, que começou a ouvir mais os moradores, em especial um líder local. (Entrevista do *Vozes* ao CPCT).

(7) Os professores não entendiam o que a gente queria falar, assim... é... a gente escolheu uma orientadora que... foi uma péssima escolha, porque como a gente decidiu fazer um documentário, a gente pensou: vamos escolher alguém que trabalha com algo relacionado a isso! Ela trabalhava na Tv... ela era professora de telejornalismo, trabalhava na TV Record e a gente acabou optando por ela ser a nossa orientadora, só que a visão dela é totalmente diferente daquela que a gente queria mostrar entendeu?! É... no fim das contas a gente tinha uma orientadora paralela, que era uma professora de Antropologia, que não era nossa professora, mas ela era professora... a gente descobriu no Campus ela... essa... ela acabou sendo também .. nossa... parte da nossa banca e era a única professora negra que tinha na Universidade, era professora de Antropologia, ela dava aula na.... ela tinha uma visão mais ampla sobre o que que a gente estava falando né, não sobre a técnica em si, mas ela tinha sobre o objeto de estudo né, o que que a gente estava... sobre o que que a gente queria abordar, então foi fundamental, e tinha um professor também que não era do audiovisual, mas ele era do rádio e ele tinha alguns estudos, que ele já tinha feito sobre jornalismo alternativo, ele já tinha pesquisado sobre rádios comunitárias e tudo mais que ele trouxe um pouco também, porque ele não era nosso orientador mas ele trouxe, ele auxiliou nessa questão de entender a comunicação comunitária, alternativa, que também era algo que a gente tava pesquisando né, mas não foi tão tranquilo não, porque era isso, a gente ia falar com algum professor sobre a pesquisa e ele falava: "Mas vocês vão entrar lá com câmera?" "vocês vão gravar lá dentro?", mas lá dentro era onde a gente morava, então... como assim né?! (Entrevista do *Periferia em movimento* ao CPCT)

A busca por uma colocação no mercado de trabalho, as dificuldades e o distanciamento das questões da periferia que definem a origem dos integrantes dessas iniciativas são fatos a serem destacados como definidores de sua trajetória em direção à formação de um discurso que assume a identidade da periferia. Inserir-se no mercado de trabalho no modelo tradicional de jornalismo requer do sujeito que assuma no seu discurso um

ethos marcado por posições conflituosas em relação à sua origem e ao discurso em defesa de práticas sociais emancipatórias ou de defesa dos menos favorecidos. O sujeito deve transitar do seu espaço de origem para outros, em que as ordens sociais e simbólicas são distintas e conflitantes. Instaura-se uma contradição que se define pelo choque entre as realidades simbólicas percebidas pelo sujeito. Inserir-se neste mercado de trabalho, de certa forma, significa distanciar-se das questões que marcaram a origem de cada um. Altera-se a trajetória profissional desses jornalistas que se veem distantes do modelo convencional de jornalismo e passam a buscar alternativas para uma atuação profissional que combine práticas jornalísticas e uma certa militância social em prol das comunidades que vivem nestas áreas. Ser da periferia confere a seu discurso autoridade para falar de uma realidade suficientemente conhecida por eles, permitindo que situem seu discurso num lugar que possam ser reconhecidos como legítimos porta-vozes dessas comunidades.

A difícil inserção no mercado de trabalho leva o sujeito em (8) a buscar atividades nas quais possa exercer seu conhecimento: revisão de texto, assessoria de imprensa, redes sociais, comunicação interna e projeto do blog Mural da Folha, onde se inicia o coletivo Nós, mulheres da periferia, configurando um outro domínio para atividade profissional. Em (9), o sujeito identifica os conflitos que ocorrem nas experiências com o jornalismo tradicional: a realidade da periferia é diferente daquela retratada na "mídia hegemônica", aproximando-se muito mais das narrativas descritas nos raps ("nosso primeiro veículo de comunicação de fato"). Após uma experiência de trabalho na *TV Globo*, o sujeito prefere abrir mão do emprego, porque não correspondia à proposta original que o motivou: "Eu

preferi não continuar porque são poucas as pautas que o programa tem agora sobre periferia, sobre juventude, acho que essas que tiveram foram as que eu e o roteirista indicamos", afirma o sujeito em 10.

> (8) Bom eu me formei em jornalismo em 2008, e eu fiquei um tempinho sem trabalhar depois eu entrei numa empresa para trabalhar com revisão de texto porque eu estava fazendo letras ainda, eu conclui o curso de jornalismo e fazia letras também. Aí eu concluí o jornalismo procurei trabalho na área mas era muito difícil, recém-formada, não era estágio nem experiência para trabalhar, todas as especificações que eles pedem e você não tem. Eu fui para a área de revisão, eu fiquei na empresa de revisão por dois anos e depois eu sai para trabalhar numa ONG com comunicação aí eu fazia assessoria de imprensa, redes sociais, comunicação interna eu era referência da comunicação toda da ONG porque não tinha uma equipe de comunicação. Eu fiquei lá por um ano e depois eu sai e entrei numa agência de assessoria de imprensa. Eu fiquei três anos com essa agência e saí depois para entrar no Sesc que eu já estou há 7 meses. Paralelamente a isso, desde 2011, eu entrei no projeto blog Mural da Folha que era na época que eu estava trabalhando na revisão, então foi uma coisa que eu vi como uma alternativa para fazer jornalismo nas horas vagas que era o que eu queria fazer. Eu estava desmotivada na área de textos e tal. Em 2014 depois dessa experiência do mural a gente fundou o projeto coletivo *Nós Mulheres da Periferia* e também está desde 2014. Então eu tô nesses dois projetos independentes que não são minha fonte de renda desde 2011 para cá. (Entrevista do *Nós, mulheres da periferia* ao CPCT)
> (9) Eu acho que são esses conflitos, que eu falei, , esses conflitos que a gente vivencia na faculdade, esses conflitos que a gente vivencia... acho que nessas experiências aí de trabalho, nesse mundo do jornalismo aí, é... esses conflitos nos... né... no fazer jornalístico, por que que a gente tá falando disso sabe?! Enquanto... aí depois você tem que voltar pra casa, só pra dormir praticamente... por que era isso né, saia de casa seis e meia da manhã e voltava, chegava meia noite, então você acaba não vivendo tudo aquilo, e a gente não se via né, a gente não se via, é diferente até do Capão Redondo, do Jardim Ângela, que ficaram estigmatizados por conta da violência, é... e só se falava disso, quando se falava do Capão Redondo, Jardim Ângela, e mesmo Capão Redondo ainda assim tinha uma representatividade maior por conta dos Racionais, né?! Por que a gente tem que colocar o Rap aí, porque a gente pode não... podia não ter TV, rádio, Site, mas a gente tinha o Rap, né, o nosso... nosso primeiro veículo de comunicação periférico, de fato, é o Rap, né?! (...) e quando os Racionais falava do Capão Redondo, cê tinha um contraponto que a... que a mídia hegemônica falava, só que quando você falava do

> Grajaú, ninguém sabia... ninguém sabia nem onde a gente ficava entendeu?! então tinha inclusive nisso né, essa questão da representatividade, a gente não se vê, né, e quando a gente se vê era pra falar de tragédia, né, era pra falar de violência, era pra falar de... de desmoronamento. (Entrevista do *Periferia em Movimento* ao CPCT)
> (10) Eu acredito que seria continuar como pesquisador havendo essa possibilidade de ser roteirista porque eu trabalhava muito próximo de um roteirista em especial, e esse roteirista quando eu me desliguei, eu me desliguei e não falei pra ninguém porque estava a dois dias de começar o programa na TV, e aí ele veio me perguntar porque eu não havia ido naqueles dois dias e aí eu falei 'não, eu pedi pra sair, meu contrato finalizou, só não queria falar antes do início' o programa ia começar na terça-feira, se não me engano, e no domingo ele também pediu demissão, então, aí enfim, não era realmente aquilo que contaram pra gente lá atrás, então, continuou quem queria. Eu preferi não continuar porque são poucas pautas que o programa tem agora sobre periferia, sobre juventude, acho que essas que tiveram foram as que eu e o roteirista indicamos. (Entrevista do *Vozes* ao CPCT).

Assumir a identidade da periferia e distanciar-se do mercado tradicional do jornalismo implica lançar-se a uma rotina intensificada de trabalho, na qual a iniciativa se torna uma das atividades, muitas vezes secundária e sem garantir a sobrevivência material dos que nela trabalham. É necessário buscar uma inserção no mercado da comunicação, seguindo os ditames da lógica do empreendedorismo social. Para tanto, vale procurar formações específicas, participar de grupos que fomentem tais práticas, vistas como possibilidade de manter a sustentabilidade das iniciativas. Em (11), o sujeito percebe a precariedade da sua experiência ("é um desgaste muito grande"´, "porque a gente depende infelizmente de fazer outras coisas para se manter"). A saída é ser um negócio, mas um "negócio social". O adjetivo social permite que o sujeito se distancie de práticas voltadas para obtenção de lucro simplesmente. O sujeito deposita suas esperanças no futuro ("longo prazo"), marcado pela incerteza: "se eventualmente a gente conseguir que isso seja nossa fonte de trabalho, que a gente consiga se

manter individualmente cada uma também com isso eu acho que vai ser positivo". Ser uma franquia social, modalidade de negócio, é também motivo de euforia para o sujeito em (13), que vê esta possibilidade como solução para a manutenção do projeto, porque a "franquia social quem banca são as empresas". Nesse modelo, a metodologia desenvolvida para o negócio pode ser usada em outras iniciativas. Ter sido selecionado para participar de uma iniciativa que visava "acelerar" projetos sociais é também visto positivamente pelo sujeito em 14: "a gente tinha um... um capital mínimo ali, que a gente conseguia dedicar tempo, a gente tinha consultoria da rede ali, do Hub também pra... pra entender isso que a gente estava fazendo."

> (11) A gente só não é remunerada mesmo. É um desgaste muito grande, inclusive, por isso que a gente tenta a longo prazo, a gente quer um dia que ele seja sustentável para a gente poder ter mais tempo para fazer isso. (...) A gente está com essa meta de ter um site que consiga minimamente a gente ter, não lucro né, porque a gente se vê como um negócio social, que a gente tenta conceitos de jornalismo de causas, mas que a gente consiga pelo menos manter os custos que a gente tem da própria produção. Se eventualmente a gente conseguir que isso seja nossa fonte de trabalho, que agente consiga se manter individualmente cada uma também com isso eu acho que vai ser positivo. Mas pelo menos por hora a gente está pensando em manter o próprio projeto.. (Entrevista do *Nós, mulheres da periferia* ao CPCT)

> (13) A gente foi selecionado pra ser uma franquia social, o que isso é: a partir do ano a gente vai ter mais trabalhos ligados a cultura, esporte, ah...(...) quando surgiu o empreendedorismo social eu falei 'pô, é, seria como uma empresa, só que a pessoa visa mais o social e tal', uma franquia social é: existe um empreendimento social, um negócio social e esse negócio social, a metodologia dele vai ser franquiada pra outros lugares (...) diferente do processo de franquia comum. A franquia social quem banca são empresas que têm o destino social, mas, o local que vai receber ele entra só com recursos humanos, então, ele forma a equipe, prepara o local pra fazer o trabalho social, que é o que a gente tá fazendo agora.(...), a gente tem dois apoiadores que é o Carlos Wizard, dono da Wizard e outro parceiro nosso que mora nos Estados

Unidos, brasileiro que mora nos Estados Unidos, é, serão os dois apoiadores. (Entrevista do *Vozes* ao CPCT)

(14) É e aí eles criam um programa lá com... pra formação de empreendedores sociais criativos ne, que foi bem numa época que teve o boom do VAI, então a gente...(...), e aí eles criam um programa voltado pra essa galera da cultura nas periféricas né, que são... que tem... que são da área criativa, que tem impacto social na visão deles e tal, a gente se inscreve e a gente acabou passando cinco meses num processo pra entender como que a gente vivi do que a gente faz né, então uma formação de negócios mesmo, mas é... voltado pra essas especificidades desses coletivos né. Foi muito louco assim, foi impor... foi muito impo... foi importantíssimo, e aí no final, é... desses vinte e tanto projetos, três foram selecionados pra um projeto de incubação pelo Hub que seria pra acelerar esse processo e aí a gente acabou sem um dos... um dos selecionados né, então foram de maio a dezembro de dois mil e treze a gente tinha um... um capital mínimo ali, que agente conseguia dedicar tempo, a gente tinha consultoria do... da rede ali, do Hub também pra... pra entender isso que a gente tava fazendo, (Entrevista do *Periferia em movimento* ao CPCT)

A constituição de uma identidade dos jornalistas da periferia é ponto central para a organização de sua formulação discursiva. Ser da periferia os autoriza a produzir um discurso legitimado e distinto em relação à mídia hegemônica. Sobressaem-se assim as experiências e histórias dos sujeitos, que rememoram e reafirmam os sentidos postos na memória social para periferia, como espaço delimitado pela pobreza e pela violência, procurando também instaurar sentidos de afirmação da diferença cultural que igualmente marca as comunidades que vivem nessas áreas da cidade de São Paulo. A rememoração feita pelos sujeitos traz a memória da precariedade social como definidora de uma história de vida, que precisa ser considerada na relação com as práticas profissionais. Vincular-se a uma determinada comunidade da periferia é compreender as injunções sociais e simbólicas a que esta população está submetida e que são constitutivas de sua história.

Chama a atenção o fato de que a insatisfação com o modo como o regime de produção jornalística tradicional se manifesta no conflito com esta ordem de produção e simbólica, o que os leva a repensar seu território de origem social de modo a transformá-lo no ponto de partida também para sua sobrevivência como jornalistas. A criação das iniciativas não parece comportar grande dificuldade. A experiência profissional, aliada ao conhecimento da realidade vivida pela periferia e a proximidade com os moradores dessas regiões são os grandes ativos que se destacam no projeto iniciado na reunião de profissionais que compartilham a mesma origem ou que estudaram juntos nas mesmas instituições de ensino. A grande tarefa é tornar viáveis tais iniciativas para que elas possam servir de fonte de recursos para a sobrevivência pessoal e como atividade de trabalho que não seja apenas definida pelos ditames comerciais.

A viabilidade dessas iniciativas é frágil, depende da motivação pessoal dos integrantes dos grupos e da busca de outras atividades remuneradas capazes de responder à manutenção da vida pessoal. Tais dificuldades, aliadas ao financiamento rarefeito do Estado e de fundações, os leva necessariamente a aderir ao ideário e ao discurso do empreendedorismo social. Casaqui (2015) explica, ao citar Fairclough (2001), que os sentidos do neoliberalismo não provêm apenas de um discurso retórico, eles almejam formatar novas realidades sociais e que se estruturam, acima de tudo, no mundo do trabalho.

A viabilidade desses arranjos só se torna possível no discurso de seus integrantes se seguir o modelo ditado pelas práticas de mercado, que consagram o empreendedorismo na sua vertente social como resposta para a criação de negócios distintos das empresas de comunicação. Empreender

é assim também visto como alternativa para evitar o acúmulo de atividades num contexto definido pela precariedade. O sujeito é convocado a ser autônomo, a tornar-se um empreendedor, inserindo-se de outro modo na mesma ordem socioeconômica que recusou ao não aderir ao emprego na grande empresa, que o precariza e o aliena de suas origens sociais.

5.4. Os novos arranjos e as questões de gênero[17]

O perfil profissional no jornalismo em grande parte do mundo é feminino e jovem, com menor permanência de tempo na profissão. Pesquisas no Brasil (FIGARO, NONATO, GROHMANN, 2013; MICK & LIMA, 2013); na França (DAMIAN-GAILLARD, FRISQUE & SAÏTTA, 2010) e em Portugal (SILVEIRINHA, 2004) mostram que as profissionais do jornalismo têm escolaridade de nível superior (mesmo quando não obrigatória e específica) e o perfil profissional tornou-se polivalente. Elas trabalham em diferentes tipos de veículos de mídia, com linguagens e tecnologias analógicas, digitais ou híbridas.

Constatamos a presença majoritária de mulheres nos novos arranjos de trabalho no jornalismo. Elas formam grupos de profissionais, experientes, iniciantes e voluntárias que se unem para formar uma organização para o trabalho jornalístico. Elas lideram muitas dessas inciativas e, inclusive a temática de gênero tem sido apropriada em diferentes aspectos na cobertura jornalística e na criação de veículos de

[17] Este ponto do relatório conta com excertos do artigo *O mundo do trabalho das jornalistas: feminismo e discriminação profissional,* de autoria de Roseli Figaro, aprovado para publicação na revista Brazilian Journalism Research – JBR, segundo semestre de 2018.

comunicação especializados a partir de uma abordagem feminista. No levantamento realizado, em 54,2% desses arranjos há dirigentes mulheres, sendo 28% delas fundadas e dirigidas por mulheres jornalistas; e 17% dos arranjos jornalísticos têm presença nas direções de homens e mulheres jornalistas.

Esses dados corroboram a presença majoritária das mulheres jornalistas na profissão; afirmam a postura de protagonismo dessas profissionais que, em situação de precarização do trabalho e desaparecimento dos empregos, buscam alternativas para exercerem o jornalismo; e mais do que isso, buscam exercer a profissão de modo a praticar um jornalismo responsável com as questões sociais que afligem grande parte da população. Praticam um jornalismo preocupado com a cobertura sobre os direitos humanos, as questões de gênero, do direito à educação, à política, mas também aos temas culturais: a música, o futebol, o cinema. Muitas dessas novas iniciativas jornalísticas, onde elas têm dianteira, são responsáveis por pautar e discutir os temas relativos a feminismo e gênero. Dentre os 70 novos arranjos da pesquisa, podemos destacar alguns cujos propósitos editoriais estão vinculados às temáticas de gênero e feminismo em suas diferentes vertentes: AZMina; Geledés; Gênero e Número; Lado M; Mulher no cinema; Nós, mulheres da Periferia; Mães de Peito, Ovelha Mag; Revista Capitolina; Think Olga; e Blogueiras Negras. Como exemplo, podemos destacar o texto de apresentação da iniciativa jornalística Ovelha Mag:

> Ovelha é uma revista digital para mulheres que não se sentem representadas pelas revistas nas bancas de jornais e buscam por um conteúdo divertido e irreverente, alternativo ao que a mídia tradicional aborda para o público feminino. (Recuperado de ovelhamag.com. Acesso em 20 jun. 2018).

A perspectiva alternativa ao *status quo* empresarial jornalístico está claramente manifesta. O enunciado remete ao interdiscurso que conta com a memória das leitoras – representada pelas revistas nas bancas de jornais – para, em contraposição, afirmar o produto editorial Ovelha Mag. Oferecem à leitora, portanto, uma interlocução que está para além dos modelos de beleza, de comportamento e de visão de mundo vendidos nas tradicionais revistas.

Esses novos arranjos do trabalho do(a) jornalista estão se configurando como possibilidade/tentativa do exercício profissional distante dos enquadramentos das empresas tradicionais de mídia. A par de toda a dificuldade de sustentação, verifica-se o vigor e o compromisso desses(as) profissionais em realizar seu trabalho. Cada qual busca um nicho específico, testando as possibilidades criadas pelas tecnologias mais leves e pelo barateamento delas. Enfrentam também as limitações políticas, os processos e cerceamentos. Por outro lado, buscam pautas criativas, inserção dos temas feminismo e gênero, novas linguagens e um relacionamento próximo a seus públicos, numa colaboração estreitada pela empatia e as possibilidades de interlocução mais participativa.

Nos novos arranjos do trabalho jornalístico de que elas participam ou lideram há todo tipo de dificuldade financeira e excesso de trabalho, necessidade de amplo engajamento, sem garantia salarial, mesmo assim, são espaços mais democráticos para o trabalho e onde contam com a solidariedade dos colegas no enfrentamento das discriminações e assédios de gênero sofridos no exercício da profissão.

No contexto das empresas de jornalismo, os problemas não diferem de outras profissões no que diz respeito à mulher. Os ingredientes

discriminatórios são os tradicionais: salários mais baixos do que o dos homens, cargos inferiores, dificuldades em obter promoção na carreira para ascensão profissional. Francisco Sant'Anna (2002, p. 13) cita a discriminação da jornalista em suas rotinas de trabalho. A elas são destinadas pautas de menor relevância e sempre são destacados os valores da aparência para que se dê destaque a uma profissional. O autor afirma:

> (…) a jornalista mulher sofre, inclusive, discriminações quanto ao conteúdo das reportagens. Temas considerados de maior complexidade ou que potencialmente terão maior impacto na opinião pública são canalizados, numa forma de privilégios, aos jornalistas do sexo masculino. A estética, principalmente na televisão, é outra forma de segregação. Mulheres negras, gordas, ou mulheres tidas como feias, que não atendam ao *standard* anglo-caucasiano, não encontram tanta oportunidade de trabalho como repórteres em emissoras de TV quanto aquelas que atendem aos padrões de estética machistamente estabelecidos.

Há também forte percepção de discriminação profissional, chegando mesmo ao assédio sexual e à violência. Parece inimaginável que uma redação presencie tais atos, mas eles são frequentes e presentes em muitos países. A pesquisa *Violence and harassment against women in the news media: a global picture*, realizada pela International Womens Media Foundation e pelo International News Safady Institut (BARTON & STORM, 2014), entre agosto de 2013 e janeiro de 2014, com uma amostra[18] constituída pela técnica da bola de neve, com mais de mil

[18] A amostra nesse caso tem representatividade social. Não se configura como amostra estatística.

mulheres jornalistas em todo o mundo (América do Sul/Latina, EUA, Europa, Ásia e Pacífico, Estados Árabes, África), trouxe indicações alarmantes no que diz respeito ao assédio e à violência contra a profissional do jornalismo. A maioria das respondentes era de jornalistas/repórteres, editoras e produtoras; tinha a idade de 18 a 34 anos; a maioria delas identificou-se como empregada, trabalhando em jornal ou mídia on-line. Entre as respondentes, dois terços (64,8%) disseram ter experimentado ato de "intimidação, ameaça e abuso" em relação ao seu trabalho. Os relatos mais frequentes foram aqueles que classificaram esses atos como abuso de poder ou de autoridade, perpetrados por pessoas do sexo masculino em posição de chefes, supervisores, colegas de trabalho, entrevistados, oficiais do governo, policiais. Do total de respondentes, 21,6% delas afirmaram ter sofrido violência física durante o exercício de seu trabalho; 14,3% relataram ter sofrido violência sexual no trabalho; e 47,9% sofreram assédio sexual no trabalho.

As informações foram extraídas das respostas de profissionais do jornalismo atuantes em diferentes partes do mundo. Um exemplo de depoimento registrado pela pesquisa (BARTON & STORM, 2014, p. 13, tradução nossa) foi o de uma jornalista norte-americana, que afirmou:

> Após relatar... perseguição e intimidação, eu fui a única enviada para casa e removida de minhas responsabilidades normais. Rapidamente a investigação se voltou contra mim. Embaraçosos detalhes sobre minha vida pessoal foram revelados e discutidos pelos meus supervisores. O departamento de RH colocou-se contra mim com base em informação factual errada, e eu recorri da decisão. Após o apelo, que também me causou pressão emocional extrema e pânico, meu assediador deixou o

> trabalho com um muito generoso pacote de demissão... Eu nunca me recuperei do stress da elaboração de relatórios, e não estou certa se eu deveria ter feito isso.

Esse tipo de assédio e violência sexual geralmente é tratado como desvio moral individual, degeneração comportamental de um homem. Mas não se trata disso. Essa pesquisa global revela, mesmo sem que a amostra tenha validade estatística e de generalização, o quanto tais tipos de procedimentos são arraigados e estruturados socialmente e contam inclusive com a complacência daqueles que deveriam impedir e punir tais acontecimentos.

A explicação cabível deve ser dada por um entendimento que extrapole o aspecto individual e compreenda a situação da mulher no âmbito mais amplo do que significa o poder sobre o corpo feminino e o controle dele no sentido da perpetuação da estrutura social e da lógica da exploração do mercado. Trata-se, sem dúvida, conforme Bourdieu (2002), de uma tradição incrustada na vida cotidiana, reiterada pela família, pela escola e pelos meios de comunicação. São atitudes e comportamentos naturalizados que colocam a mulher em lugar inferior, subalterno, o que justificaria o trabalho redobrado, jornadas duplicadas e extensas, o papel de cuidadora do lar e dos filhos, entre outras responsabilidades caracterizadas como da mulher. Mas, além desses aspectos, o imperativo é o da dominação de classe por meio da submissão da personalidade, da exploração do tempo, da descaracterização do espírito de cidadania e de autonomia da mulher. Como força de trabalho mais barata, submissa e reprodutora do *status quo*, a mulher – e, no caso, a mulher jornalista – torna-se ou vítima dessa estrutura ou vítima e guardiã dela.

No Brasil, a situação da jornalista como mulher trabalhadora padece da mesma discriminação e dominação. Recente pesquisa[19], realizada pelo Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Distrito Federal, obteve a participação de 535 jornalistas, de vários estados do país, que responderam a um questionário disponível no site daquela instituição, no período de março a maio de 2016. A pesquisa revela que 77,9% das respondentes afirmaram ter sofrido assédio moral por parte de chefes e/ou colegas de trabalho; 44,7% asseguraram ter sofrido violência durante o trabalho de cobertura jornalística; 78,5% responderam ter sofrido com atitude machista por parte de entrevistados; 70,7% disseram acreditar que foram excluídas de uma pauta por serem mulheres; 61,5% declararam já ter vivido situação em que o colega de trabalho recebe maior salário desempenhando igual função; e 86,4% das respondentes consideraram que mulheres negras têm menos oportunidade no jornalismo.

As declarações demonstram como as redações são tradicionais lugares de práticas machistas. Exemplo extremo é o do diretor de redação do jornal *O Estado de S. Paulo*, Pimenta Neves, que assassinou, em 2000, a jornalista e namorada, Sandra Gomide. Ele foi condenado a 18 anos de prisão, mas não passou mais do que cinco anos em reclusão, e atualmente cumpre pena em regime aberto[20]. Na ocasião, muito se ouviu de que a jornalista o estava traindo com outro e que ele estaria estressado, vivendo à

[19] Essa pesquisa não tem base amostral estatística. É uma pesquisa exploratória que se caracteriza por levantamento de informações para posterior formulação de políticas de atuação sindical. No entanto, é reveladora de uma ambiência desfavorável ao desempenho profissional da jornalista.

[20] *Folha de S. Paulo*, 13 mar. 2017. Recuperado de www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2016/02/1740615-jornalista-pimenta-neves-sai-da-prisao-e-cumpre-pena-em-casa-desde-o-dia-10.shtml

base de sedativos, daí o crime. Essa retórica é bem conhecida e se repete no cotidiano de milhares de mulheres que sofrem violência de seus parceiros, maridos, namorados e até do pai e de outros familiares.

No artigo "Mulheres jornalistas e a prática do jornalismo de imersão: por um olhar sem preconceito", Ana Carolina Temer, Francisco de Assis e Marli dos Santos (2014, p. 84) apresentam o resultado de pesquisa sobre o trabalho de imersão realizado por jornalistas, ressaltando que "a falta de tempo e/ou de infraestrutura da empresa jornalística e o desvio de caráter de certos profissionais foram apontados como limitadores da cobertura jornalística". Profissionais por eles entrevistadas também reforçaram a marca da discriminação e da baixa autoestima. Vejamos algumas falas destacadas:

> Eles [os entrevistados] acham que a gente é mais fácil de enganar. E não são só os homens, mesmo as mulheres, quando são responsáveis, olham para as jornalistas mulheres e acham que podem levar na conversa.
>
> Para a mulher é mais difícil, vivemos em um mundo machista. Se você vai fazer uma matéria de denúncia é comum ser subjugada (...)
>
> O que os homens fazem? Primeiro, mulher não é capaz de colher informações. A mulher não teria essa ousadia... Depois, somos intimidadas a respeitar os entrevistados [por causa do cargo ou sua condição]. [As fontes entrevistadas] usam artifícios para desmobilizar (...) (Temer, Assis & Santos, 2014, p. 87).

Os relatos das profissionais nos fazem constatar a coerção para a submissão. Para manter o emprego, sabe-se que se deve aceitar a submissão

e a dominação. Há o sofrimento sobre a consciência da submissão. Os autores também lembram que, junto ao "desprezo e à intimidação", soma-se o discurso da "proteção" (Temer, Assis & Santos, 2014, p. 87), usado como argumento para não colocar a mulher em risco. Trata-se de concepção enviesada, uma vez que, ao afirmar proteger, exclui e impede a realização profissional e o exercício do livre arbítrio. O sentido de gênero do termo "proteção" não considera, no entanto, o respeito às condições de trabalho e saúde, ao salário e aos demais direitos trabalhistas.

Roberto Heloani (2012) constata em sua pesquisa que o stress e o sentimento de humilhação são causadores de muitos problemas de saúde nos profissionais jornalistas, as mulheres não estão isentas dessa afetação. Durante cerca de dez anos ele tem estudado a saúde desses(as) profissionais e buscado as causas de suas incidências. O assédio moral tem sido apontado como parte dessas motivações.

Em nossa pesquisa, *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista* (Figaro, 2013, p. 105), constatamos a excessiva carga de trabalho para os(as) profissionais, a precarização dos contratos de trabalho (PJ e freelancer fixo), o ritmo acelerado e a insatisfação com as condições para o exercício do trabalho bem feito, sobretudo no que diz respeito à apuração. A fala da jovem jornalista Aline (nome fictício), de 28 anos, explica de maneira clara as injunções do mercado: "Não foi uma escolha ser freelancer, com certeza. (...) As empresas acabam te levando pra um caminho pra que no final você acabe se tornando um profissional desse tipo".

Trabalhar a partir de projetos, em *home office*, coloca para a profissional outras dificuldades na rotina produtiva. Os tempos e as demandas não sofrem interrupção, são contínuos e a remuneração da

mulher é mais baixa. Fabiana (nome fictício), de 29 anos, falou-nos sobre sua experiência numa agência de notícias e num projeto sob sua responsabilidade:

> Eu tenho que ir [almoçar] até às três e meia porque acaba a comida do restaurante. Muitas vezes eu já deixei passar e não tinha mais comida no restaurante, principalmente no final desse projeto, que foi uma carga de trabalho muito grande. A gente passou nove meses fazendo o trabalho, então no final, que era de redação e edição, a gente (...) [uma colega] passou uma semana comigo para trabalharmos um pouco juntas, mas tudo remoto, 99% remoto, e eu ia dormir cada dia mais tarde e acordava cada dia mais cedo. Cada dia mais tarde significava três horas da madrugada e mais cedo, seis horas da manhã. (Figaro, Nonato, Grohmann, 2013, p. 95)

A sobreposição de funções (redação e edição) também não é novidade na área, e as equipes cada vez menores têm a carga de trabalho demasiadamente pesada. Nos meios digitais e na atividade à distância, essa carga, muitas vezes, ainda se junta à dupla ou tripla jornada do trabalho em casa, no cuidado dos filhos, na preparação da alimentação, da limpeza da casa. Nessas situações, a jornalista passa pelo mesmo dilema que a maioria das mulheres que atuam no mercado de trabalho.

O trabalho isolado, fora da redação, também tem seus problemas. Muitas vezes pode criar defecções sobre a própria concepção do trabalho jornalístico. Isso tem se manifestado como preocupação para as profissionais e é uma forma para o sofrimento no trabalho. Mariana (nome fictício), de 31 anos, disse-nos compreender o jornalismo como um trabalho coletivo e

que precisa das interações com outros colegas para que o produto final possa ser melhor. Ela tem consciência da necessidade de ações colaborativas:

> (...) mesmo durante o processo isolado, a produção nunca é de um jornalista. Nunca. (...) É um trabalho colaborativo. (...) e aí sempre alguém tem uma ideia pra complementar "olha, isso aqui... será que não saiu não sei aonde?" Ou então, "olha, não seria legal ver tal coisa?" É muito legal quando a gente faz isso, reunião de pauta e tal. Mas, mesmo durante o processo isolado, a produção nunca é de um jornalista. Nunca. Porque... ele contou com a sugestão de um colega, aí ele vai apurar. É, ele faz aquela seleção. (...) Aí vem o editor, (...) passa por uma série de cabeças. (idem, p. 58)

Essas profissionais freelancer enfrentam todo tipo de precariedade: desde a falta de vínculo empregatício e seguridade social até as condições de densificação do trabalho, realizadas por meio da aceleração do tempo e do ritmo de trabalho até a extensão das jornadas. Essas condições são criadas pela forma como as empresas jornalísticas organizam o negócio da notícia. A vinculação com o mercado financeiro e às lógicas globais de organização do capital, impedem que o(a) trabalhador(a) e o produto jornalístico recebam a atenção da empresa e tenham prioridade em termos de qualidade de vida e do produto elaborado.

São essas condições que fazem muitas jovens profissionais buscarem criar alternativas para o exercício profissional. Os novos arranjos do trabalho do jornalista são uma tentativa de dar resposta às demandas do exercício profissional e a produzir um jornalismo de causa, capaz de informar e formar para uma consciência de respeito à mulher. Muito embora para isso,

essas jornalistas tenham de se deparar com todas as dificuldades de viabilizar uma proposta mais avançada para o seu trabalho profissional.

5.5. O dilema da sustentação dos novos arranjos do trabalho do jornalista[21]

A situação complexa das condições de trabalho para as novas gerações de jornalistas coloca o desafio de como organizar o exercício profissional. Não há empregos nos conglomerados de mídia que deem conta do montante de profissionais que estão preparados para o exercício do jornalismo, e nem mesmo os que estão empregados têm contratos de trabalho que lhes deem garantias de seguridade e de continuidade.

Essa condição leva-os a buscar alternativas de organização para a prestação do serviço jornalístico à sociedade. São a essas formas de organização que o CPCT está nomeando de novos arranjos do trabalho do jornalista. Tal nomeação é conceituada tendo como baliza o dicionário Houaiss da Língua Portuguesa e as referências da área econômica (Suzigam), como foi explicado anteriormente.

Outros importantes conceitos são os de empreendedorismo e inovação. O artigo "Empreendedorismo e inovação nos novos arranjos produtivos jornalístico" (PACHI FILHO; BARROS; MOLIANI, 2017) permite compreender como e por que esses conceitos podem estar presentes na definição dos novos arranjos. Os autores fazem a discussão desse

[21] Parte desta seção está baseada no resultado da pesquisa de iniciação científica de Sabrina Fernandes da Silva, no período de 2017-2018, com o título: *Novos arranjos de mídia e suas formas de sustentação: origem e viabilidade dos recursos*. Orientação da Profa. Dra. Roseli Figaro. ECA-USP, 2018.

conceito, buscando suas origens recentes e sua orientação política e aplicativa.

No Manual de Oslo, editado pela OCDE, pontua uma política que se passou a disseminar, sobretudo, nos países em desenvolvimento dada a incompetência do sistema capitalista de garantir emprego para a população potencialmente apta ao trabalho.

De acordo com o artigo,

> Segundo o Manual de Oslo, publicação sobre inovação editado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 1997), apesar de ainda aceitar-se amplamente que "a inovação seja central para o crescimento do produto e da produtividade", a sua definição mais recente é reconhecida como "a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas" (OCDE, 1997:55), tendo isso sendo desenvolvido por elas ou adotado a partir de outras organizações. (PACHI FILHO; BARROS; MOLIANI, 2017, p.4)

De forma mais retórica que objetiva, empreendedorismo e inovação são apresentados como opção para a recriação da profissão no contexto de crise do mercado de trabalho atual, que tem deixado muitos profissionais insatisfeitos com sua atuação perante a sociedade ou desempregados, assim, muitos deles passam a buscar espaço de atuação fora das mídias tradicionais, dos grandes conglomerados de mídia.

Esses termos (empreendedorismo e inovação) são então incorporados na sociedade contemporânea e são carregados de valores como

flexibilidade, polivalência, liberdade de mercado. Esses valores podem ser compreendidos no senso comum de formas diferentes e aplicados de formas diferentes, por exemplo: para uma pessoa, trabalhar com direitos sociais garantidos, ganhando R$50,00 a hora pode ser melhor que trabalhar sem direitos trabalhistas garantido, ganhando R$100,00 a hora. Entretanto, de uma ótica do livre arbítrio do mercado, para esse mesmo contexto, uma outra pessoa diria que é uma imbecilidade ganhar a metade do que poderia ganhar, que a liberdade de escolha de não optar pelos direitos trabalhistas para ganhar mais deveria ser garantida, etc. Há, nesse sentido, uma confusão sobre o que sejam direitos e deveres em termos de relações de trabalho; confusão entre livre arbítrio, direitos e cidadania. São confusões insufladas pelo discurso neoliberal como aportam Dardot e Laval (2016). Muitas vezes, o próprio trabalhador(a) não desenvolve um pensamento crítico a partir de seu próprio lugar de fala e assume o ponto de vista daqueles que o exploram e o confundem. No artigo citado, os autores explicam o processo de destruição criativa orientada pelos interesses econômicos:

> No jornalismo, entre outras mudanças, esses conceitos têm por finalidade revolucionar, ou promover a destruição criativa conforme conceito schumpeteriano, de valores arraigados na profissão como a necessária distância entre conteúdo editorial e comercial. É a implantação da filosofia empresarial, em que se gera a necessidade do/da jornalista pensar como um "homem/mulher de negócios". Em outros termos, é como se a redação necessitasse pensar e trabalhar a partir dos objetivos da área comercial. (PACHI FILHO; BARROS; MOLIANI, 2017, p.4-5)

A reflexão que os autores trazem ao falar de jornalismo e empreendedorismo é de como o jornalismo pode manter o seu papel importante na sociedade, necessitando responder a "demandas de mercado", "concorrência", "lucro", entre outros aspectos empresariais? Como o jornalista pode atender a interesses econômicos e ao mesmo tempo cumprir a missão de informar com isenção o conjunto da sociedade? Assim, como o artigo exemplifica,

> Sob o argumento de que há uma "crise no jornalismo", diferentes atores desse
> campo passaram a questionar o distanciamento que se mantinha entre o que é negócio privado, derivado do ambiente de sustentação dos veículos de comunicação, e o que é interesse público, oriundo da necessidade de informação à sociedade. Em sites dedicados ao empreendedorismo e à inovação no jornalismo - ou motivados por ambos - torna-se lugar comum a relativização desses valores em prol do sucesso nos negócios (Ibidem, p.5). (PACHI FILHO; BARROS; MOLIANI, 2017, p.5)

O interessante é que o estudo revela que a maioria dos novos arranjos jornalísticos não se definem diretamente como "empreendedor", apesar de apresentar características que poderiam qualificá-los como tal. Ou seja, os termos denotados de empreender são características visíveis nos responsáveis pelos arranjos estudados. No entanto,

> O que se percebe, é que a designação de "jornalistas empreendedores", quando é feita, normalmente vem de fora, de publicações, pessoas, blogs, grupos que, com base em um genérico de que empreender/inovar seja criar algo novo e se busca exemplos nos novos arranjos produtivos jornalísticos. A absoluta maioria do corpus pesquisado se identifica mais com um jornalismo alternativo e/ou

> independente ao exercido pela imprensa hegemônica. (...) Alguns, inclusive, declaram-se abertamente sem fins lucrativos, o que representaria um contrassenso com as definições de empreendedores, considerando a essência do conceito de empreendedorismo (Idem, p.7).

Esses conceitos trazem então um desvio, para serem usados por determinado viés ideológico. A ideologia mais ampla de um sistema capitalista e neoliberal, que deposita no indivíduo toda a responsabilidade do rumo da sua vida, principalmente quando se trata de sucesso financeiro, que, visto sob a óptica capitalista, se trata do indivíduo com elevado poder de compra e reconhecimento profissional. As mudanças que esse tratamento discursivo acarreta ao universo do trabalho podem ser lidas pela ótica da precarização do emprego e da diminuição/flexibilização dos direitos dos trabalhadores. Isso demanda dos trabalhadores que aceitem as transformações sem contestar, já que são oportunidades para serem aproveitadas.

Por outro lado, esses novos arranjos surgem com a intenção de ocupar um espaço deixado pela imprensa hegemônica, um espaço que faz falta para a sociedade, já que o vácuo deixado por essa imprensa é em parte responsável pela desinformação na sociedade. Dessa forma, muitos novos arranjos surgem com o discurso de dar voz a quem não tem, alguns deles são: "Periferia em movimento", no qual conta histórias da periferia de São Paulo que a grande mídia não cobre; "Nós, mulheres da periferia" que no nome já traz duas temáticas que querem que a sociedade se sinta mais representada: a sociedade periférica e as mulheres; "Mães de peito" que fala

sobre temáticas do parto, da gravidez, da amamentação. Esses são alguns exemplos de arranjos que surgem para ocupar um vazio jornalístico.

5.5.1. Novos 'arranjos econômicos'?

Podemos entender que a mudança nos meios de produção contribui com a mudança no trabalho do jornalista, afinal, como poderiam existir esses veículos de mídia digital sem a Internet?! Portanto, o jornalista do século XX já não é o mesmo jornalista deste século. Este é um jornalista que precisa ser multifuncional, dominar a linguagem da Internet e das redes sociais, desempenhar diversas funções para ser competitivo (e não bom jornalista) no mercado de trabalho. Além disso, a flexibilização do trabalho mudou as formas de contratação, enquanto antes as pessoas eram melhores asseguradas, hoje é raro não encontrar, no mundo do jornalismo, alguém que seja freelance ou já tenha feito trabalho freelance, fazendo com que o próprio trabalhador arque com seus encargos trabalhistas. As mudanças que o jornalismo sofre, tem a ver com o empreendedorismo que se instaura como um mantra na sociedade contemporânea e com a lógica de agir conforme um planejamento comercial, e a qualidade do jornalismo produzido pode ser prejudicada.

> Um problema que atinge o discurso jornalístico é a burocratização das rotinas produtivas. Rojas et. al. (2015) fazem um estudo sobre o trabalho jornalístico em jornais locais e nacionais no Chile e constatam como as lógicas comerciais das empresas causam a burocratização das rotinas produtivas do trabalho do jornalista, o que o torna um produto menos plural, reincidindo vícios de pontos de vistas, fontes e esquemas de

> edição que não aprofundam a investigação e a apuração dos fatos. (FIGARO; NONATO, 2017, p. 4).

O trabalho do jornalista pautado pela dinâmica do neoliberalismo também altera sua forma discursiva, como exemplifica o trecho:

> Sobretudo, na contemporaneidade, o jornalismo passa por outra alteração em sua forma discursiva. A hibridização entre notícia e publicidade nunca foi tão intensa. A máxima "vender uma pauta para o chefe" é jargão aparentemente ingênuo, mas revelador da verdade que anda pelas redações. É bastante conhecida a influência da informação em tempo real para o mercado financeiro na organização da editoria de economia bem como de outras áreas editoriais. (FIGARO; NONATO, 2017, p. 4).

Isto posto, a publicidade se beneficia do jornalismo, já que a sociedade tende a crer que o jornalismo é dotado de veracidade e, portanto, transfere esse valor para o conteúdo publicitário. Vale ressaltar que foi constatado, na pesquisa, que alguns arranjos jornalísticos utilizam da publicidade como fonte de renda.

A partir do menu "Sobre", a planilha com informações autodeclaradas, a partir do Site ou Rede Social, foram identificadas as fontes de renda desses arranjos. São elas: publicidade, doações de pessoas físicas e jurídicas, venda de conteúdo, cursos, assinantes, editais públicos, recurso próprio do fundador ou co-fundador, financiamento coletivo, trabalho voluntário, apoios/patrocínio, parcerias/projetos e outras atividades complementares. Vale ressaltar a dificuldade de encontrar alguns dados para alimentar o banco informações, por exemplo, alguns arranjos não revelam,

no Site e Redes Sociais, de onde vem ou como vem o sustento financeiro para se manterem, por exemplo o arranjo "Nós, mulheres da periferia" e o "Cidade para pessoas", em muitos casos é possível identificar que uma das formas de financiamento são doações, entretanto não é possível identificar com exatidão a origem da doação, como no caso do arranjo "Mídia Ninja".

As entrevistas complementaram a pesquisa acerca do financiamento desses arranjos, pois as informações foram obtidas diretamente com o arranjo e, portanto, acrescentam detalhes que não foram obtidos através da pesquisa exploratória nos Sites, blogs e redes sociais. Essas informações, nas entrevistas, foram dadas principalmente a partir da pergunta: "quais as formas de sustentação da iniciativa/arranjo?"

Resultados acerca do financiamento do trabalho jornalístico a partir das entrevistas com o grupo de arranjos escolhidos:

NOME	FINANCIAMENTO	MAIS INFORMAÇÕES
AGÊNCIA PÚBLICA	Fundações e instituições	Recebem/receberam financiamento da Fundação Ford, Fundação Oak, PUA. Instituto Alana, Greenpeace, CESeC
AZ MINA	Crowdfunding, assinatura, Fundações	Recebem/receberam financiamento da Fundação Ford (R$ 10.000,00), Fundação Open Socity (entre R$5.000,00 e R$8.000,00)
BRASIS	Lei Rouanet, Editais, projetos pontuais (produção de conteúdo)	Ganharam um edital da Amaphiko RedBull[22]
CENTRAL 3	Financiado com recursos próprios do sócio majoritário	Também alugam o estúdio para produção de outros programas.
CMI BRASIL	Voluntariado	Realizam eventos para arrecadar fundos se precisar
CIRANDA	Voluntariado, prestam serviço	Realizam crowdfunding se precisar
DEMOCRATIZE	Crowdfunding, publicidade	Retorno de publicidade no site (Google adwords), que de acordo com o entrevistado é uma quantia muito baixa
ÉNÓIS	Editais, lei de incentivo, cursos, fundo, oficinas, palestras, crowdfunding	Edital público, edital privado, lei Rouanet, assinantes, doações pessoas física e privada
ENVOLVERDE	Patrocínios, venda de conteúdo	Banco Itaú, agência estado (compra conteúdo), projetos especiais com Agência EPS,

[22] "Uma plataforma para inovadores sociais". Disponível em: < https://amaphiko.redbull.com/pt-BR>. Acesso em: 13/05/2018.

		Carta Capital, pequenos patrocínios de várias empresas
FAROFAFÁ	Os três sócios financiam o projeto	
JORNALISTAS LIVRES	Crowdfunding, oficinas, projetos pontuais	Arrecadaram quase R$ 133.000,00 no Catarse em 2015
JUSTIFICANDO	Parcerias	Um dos parceiros do projeto é o advogado Luiz Flávio Gomes
LADO M	Palestras	O site é atrelado ao MTV, mas de acordo com a entrevistada/uma das sócias, ainda não tem um retorno financeiro
MÃES DE PEITO	Recursos Próprios da Giovana Balogh	Recebe uma quantia pequena de publicidade no site (Google adwords) financia o projeto com seu trabalho integral na CET
MÍDIA NINJA	Fundações e Instituições, editais, doações, trabalhos esporádicos	Foram financiados por 3 anos pela ISOS, receberam financiamento da Open Society e da Fundação Ford
MIGRAMUNDO	Recursos próprios do Rodrigo Borges	
NEXO	Investimento das sócias	Venda de assinaturas
NÓS, MULHERES DA PERIFERIA	Editais, prêmios	Os editais foram para trabalhos pontuais e específicos. Já receberam dois prêmios
O NOVELO	Crowdfunding, financiamento próprio	O Crowdfunding foi inicial para custear a montagem da plataforma
OPERA MUNDI	Assinaturas	O arranjo tem cerca de 2100 assinantes

OUTRAS PALAVRAS	Doações	A doação é feita, além de doações pontuais, em um sistema de assinatura, no qual o contribuinte realiza uma contribuição mensal ou anual. O arranjo tem cerca de 900 contribuintes
PERIFERIA EM MOVIMENTO	Editais, prestação de serviço, oficinas, produção de conteúdo, eventos	Já foram contemplados com o edital VAI e Redes e Ruas, e prestação de serviço para o Sesc, etc.
PRESSENZA	Recursos pessoais	Os sócios têm outras empresas que ajudam a financiar o arranjo
VIOMUNDO	Parceria, publicidade, crowdfunding	O arranjo tem parceria com o Sindicato dos professores de Minas que ajudam a financiar o blog, uma receita dos anúncios do Google e realizam crowdfunding cerca de uma vez ao ano
VOLT DATA LAB	Investimento do proprietário	Venda de conteúdo
VOZES DA VILA PRUDENTE/VOZES	Recursos próprios do César Gouveia, financiamento da Brazil Foundation.	Apoios pequenos e esporádicos de comerciantes locais

O que se percebe é que muitos arranjos não têm receita suficiente para se manter de forma autônoma, sendo dependente de trabalho voluntário, recursos próprios do(s) sócio(s) ou advindos de outras atividades não necessariamente relacionadas ao trabalho jornalístico, tais como: doações, financiamentos, parcerias etc. Por conta disso, o trabalho acaba sendo precário, no qual muitas pessoas são contratadas por demanda, para projetos pontuais e sem vínculo empregatício. Esses recursos advindos de outras atividades, em sua maioria, são uma forma de diversificar a captação de dinheiro para manter uma estrutura principal de trabalho, sendo que o status ideal seria que essa estrutura se sustentasse por si e as pessoas que trabalham nessa estrutura possam remunerar o tempo dedicado a esse trabalho. A demanda dos trabalhadores dessas novas formas de organização para o trabalho jornalístico é de que eles possam viver desse trabalho, ou seja, não precisem buscar outras formas de obter renda para sobreviver além dessa estrutura, que seria a prioridade para eles, pois é esse trabalho que lhes promove prazer. Isso pode ser exemplificado de forma mais clara, para além da tabela anterior, com os trechos de entrevistas a seguir:

Pesquisadora/entrevistadora: (...) como vocês organizam as finanças?
Envolverde: Quando tem dinheiro é muito fácil organizar né (risos), o problema de organizar as finanças não é um problema teórico, é um problema prático na medida em que você tem dinheiro ou não. A gente tem patrocínios, nós temos várias fontes de captação de recursos e, o dinheiro é destinado, prioritariamente, para manter o Site funcionando, para manter a operação jornalística e depois para manter as pessoas que trabalham, mas é muito comum que a gente trabalha mais no centro orbital, as vezes fique sem ter dinheiro pra poder bancar o resto né, mas de uma forma geral a gente tem sobrevivido (...)". (Entrevista ao CPCT)

Mães de Peito: É o Mães de Peito eu tento conciliar com os outros trabalhos, entendeu? Então assim tem dia que tá sossegado no trabalho eu consigo escrever algumas coisas, tem dia que eu escrevo a noite, tem dia que eu escrevo de final de semana.

(...)

Pesquisadora/Entrevistadora: Se você tivesse que estabelecer uma escala de prioridade como é que entra Mães de Peito nisso?
Mães de Peito: Então, prioridade na minha vida é o Mães de Peito profissional falando, mas ele não me remunera (...).". (Entrevista ao CPCT)

Pesquisadora/entrevistadora: Quem sustenta tudo isso são as madrugadas mesmo ou tem alguma forma de sustentação além dessa primeira iniciativa do crowdfunding? Vocês fizeram outras?

O Novelo: O que a gente teve que fazer agora é a gente está tendo que tirar dinheiro do nosso bolso para conseguir bancar, então no ano retrasado eu estava ganhando melhor e eu paguei a renovação do site. Agora minha renda caiu de novo a Tay está ganhando melhor então ela e o Pedro vão pagar, então a gente vai trabalhando dessa forma. Financiamento do nosso bolso, no caso nós três estamos financiando um projeto que na verdade é um monte de gente. Tem uma discussão dentro do O novelo que é monetizar ou não a plataforma, aí que a gente destoa um pouquinho por que eu sou mais contra monetizar via propaganda, eu não acho legal um projeto desse. O Pedro já concorda, a Tay a gente não sabe ainda, porque essa foi uma discussão que eu e o Pedro tivemos e a Tay ainda não estava. Mas é uma possibilidade, mas ao mesmo tempo a gente não quer lotar de propaganda o negócio, propaganda sei lá sem vínculo, está lá falando sei lá, de gentrificação, e a propagandas da MRV, não, não dá certo". (Entrevista ao CPCT)

Pesquisadora/entrevistadora: Vocês não vivem disso então? Vocês não vivem desse trabalho financeiramente?
Brasis: Várias pessoas já vivem do trabalho hoje assim.

Pesquisadora/entrevistadora: Do trabalho que você aciona através do Brasis?
Brasis: É como se fosse uma rede freelancers, ninguém tem um salário fixo, ninguém tem um projeto". (Entrevista ao CPCT)

Esses discursos, demonstram, portanto, a dificuldade desses arranjos em se manter financeiramente. O Envolverde utiliza a expressão "sobreviver". Essa expressão denota um sentido de resistência, ademais, "viver" ainda está longe, no sentido de manter uma vida financeira saudável do arranjo produtivo, na qual todas as pessoas que trabalham nele seriam devidamente e bem remuneradas, e uma perspectiva de futuro seria melhor delineada. Um futuro incerto para o Mães de Peito, que gostaria de ter uma

produção maior para o 'arranjo', mas para isso, é preciso dispor de recursos financeiros, que atualmente é advindo do trabalho paralelo, remunerado e em tempo integral que a jornalista responsável e fundadora do arranjo mantém na CET. E isso se repete com O Novelo, que também traz a discussão da monetização das plataformas digitais por meio de publicidade, já que o 'arranjo' é vitrine para notícias e histórias que podem não ser compatíveis com algum banner de publicidade que aparecer na tela. O Brasis tem uma trabalhadora que consegue viver com a remuneração obtida do 'arranjo', entretanto, é um trabalho precário na medida em que são freelances, não tendo, assim, direitos trabalhistas garantidos.

Um exemplo de uma estrutura mais organizada financeiramente, é a do Nexo, que é formado com três cofundadores, que mantém uma pequena equipe de redação no regime CLT, com escritório e equipamentos próprios, com sua fonte de renda proveniente de assinaturas e investimento próprio da sociedade. Não realizam campanha de *crowdfunding* e nem recebem financiamento de Fundações:

Nexo: (...)todo mundo é contratado CLT, tem seguro saúde, tem vale-transporte, vale-alimenta... então assim, é uma coisa assim... e a gente falava isso pras pessoas, a gente é um projeto novo, numa indústria que, uma das consequências da crise é a precarização das condições de trabalho e a gente não... pra gente não faz sentido começar um projeto novo apostando justamente na precarização (...).

Pesquisadora/entrevistadora: E me diz uma coisa, e como é que vocês fazem pra pagar tudo isso?
Nexo: Então, são investimentos próprios... Hoje o Nexo é uma mistura, a gente tem receita, que vêm das assinaturas e vêm de outras... e a gente faz... é um... um negócio que tem investimento das sócias". (Entrevista ao CPCT)

Essas falas são um espelho do que se observa na tabela, pois a maioria tem uma fonte de recursos incerta, na qual não se sabe se terá recurso

suficiente para manter os próximos projetos, para manter a equipe, quando essa é remunerada, para manter o Site e outras plataformas no ar, etc.

Alguns arranjos, como vimos anteriormente, são financiados por empresas ou Instituições. Qual o interesse nesse tipo de financiamento? Sabemos que, principalmente, a política e a cultura podem afetar muito a área econômica do país, favorecendo, direta ou indiretamente, empresas tanto nacionais quanto internacionais. O jornalismo pode ser o combustível para transformações na sociedade. Financiá-lo, portanto, pode fazer parte de uma estratégia mercadológica/ideológica. No sentido de associar sua imagem ao jornalismo, que tem um valor de veracidade para a sociedade, a empresa, de certa forma, se favorece com esse valor e no sentido de estimular mudanças micro ou macrossociais que favorecem interesses internos de Instituições e empresas.

5.5.2. Formas de financiamento: Fundação Ford

A Fundação Ford é uma das fundações mais buscadas para financiar projetos nos arranjos de trabalho de jornalistas. Além dela, foram citadas a Fundação Open Society, de George Soros, Mama Cash e Brazil Foundation. Para problematizar esse tipo de vinculação, passamos a discutir as origens e objetivos da Fundação Ford.

A Fundação Ford tem sede nos Estados Unidos, em Nova York, mas quando foi fundada, em 1936 por Edsel Ford, filho do fundador da Ford Motor Company, operava em Michigan e era liderada pela própria família Ford. Os recursos, de acordo com uma carta fundadora, deveriam ser utilizados para "fins científicos, educacionais e de caridade, todos para o

bem-estar público", então a fundação fez concessões para muitos tipos de organizações.

Em 1949, a Fundação passou a ter foco em se tornar internacional e dedicada ao avanço do bem-estar humano através da redução da pobreza e da promoção de valores democráticos, paz e oportunidades educacionais. Mais tarde a Fundação mudou-se para Nova York, num edifício sede projetado por Kevin Roche John Dinkeloo e Associados.

Hoje a Fundação independente é presidida por Darren Walker e doam, por ano, cerca de US $500 milhões em todo o mundo.[23]

No entanto, de acordo com Chaves (2011), a história parece ter outros objetivos,

> O estabelecimento da Fundação Ford, em 15 de janeiro de 1936, respondeu desta maneira a um motivo inteiramente prosaico, oportunista. O presidente Franklin D. Roosevelt estabeleceu, em fins de 1935, novos parâmetros de aplicação dos impostos incidentes sobre rendas e herança. No Revenue Act, sancionado por ele naquele ano, estabeleceu-se a cobrança de 70% de impostos sobre o patrimônio declarado, superior a cinquenta milhões de dólares. Esta revisão nas alíquotas do imposto de renda teria sido formulada para atingir, em represália, precisamente a Henry Ford. Inimigo declarado da administração de Roosevelt e dos seus programas de reforma econômica, o New Deal, e considerado em vários círculos governamentais e empresariais um dos responsáveis pela crise bancária norte-americana do início dos anos 30, Ford seria um dos maiores prejudicados com a revisão na lei de impostos. Em resposta à nova legislação, ele autorizou seus filhos Edsel e

[23] Origem da Fundação Ford. Disponível em: <https://www.fordfoundation.org/about-us/our-origins/>. Acesso em: 24/07/2018

> Henry Ford II a transferirem, durante o ano de 1936, 90% das ações da Ford Motor Company para o caixa de um fundo familiar criado para esse fim, a Fundação Ford, que se tornou, no ato de sua criação, a proprietária de fato da empresa (CHAVES, 2011, p. 26).

Assim, segundo Chaves (2011), por causa da única intenção de evitar o fracionamento do patrimônio familiar e o pagamento desses novos impostos, a Fundação teve uma existência simbólica por mais de dez anos, sendo que a administração constituída apenas pelos familiares, restringiu a atuação da Fundação a instituições médicas e de caridade da região de Detroit,

> exceto por uma dotação milionária, em 1948, para Rand Corporation – um órgão ligado ao esforço de guerra, e ao desenvolvimento de tecnologia militar – estabelecer-se como uma organização privada de caráter permanente. A Ford nunca havia gasto mais que um milhão de dólares anuais em suas atividades. Normalmente, seus enormes excedentes eram empregados pela família para recapitalizar, na forma de ações, os caixas da Ford Motor Company (Ibidem, p. 27).

Após a pressão do governo e outros órgãos filantrópicos, que criticavam como a Fundação estava sendo utilizada, e após o falecimento de Edsel (1943) e Ford (1947), Henry Ford II buscou responder às pressões do fisco, e iniciou o processo de reconstrução da Fundação em 1948. A demanda era de criar uma agenda de longa duração, tendo em vista os novos e futuros impactos da internacionalização das suas atividades nas relações internacionais e nos assuntos do governo norte-americano. Foi criado então, o Relatório Gaither (título por meio da qual a carta pragmática assumida

pela Fundação Ford em setembro de 1950 ficou conhecida), nesse relatório estabeleceu-se a sugestão do comitê de estudos, que foi incorporada pela Fundação Ford, de que institucionalmente se afirmasse por meio da patronagem às Ciências Sociais, com o objetivo de atuar pela paz internacional e pelo bem-estar social. Essa paz internacional seria construída com a ideia de que deveria ser combatido ameaças totalitárias de esquerda e de direita, bem como atuações políticas não democráticas, e também, instigar entre seus parceiros e beneficiários que promovam essas ideias, particulares, que a Fundação tem do que é civilização e boa sociedade. Essas ideias dizem que "a boa vida resulta necessariamente do gozo das liberdades políticas, da posse de segurança civil e militar, da libertação da privação econômica, do acesso a instrumentos de ilustração e entretenimento e da existência de dispositivos na civilização que previnam contra o emprego da violência em resolução de conflitos" (CHAVES, 2011, p. 31). Portanto, as Ciências Sociais foram incorporadas na lista de investimentos prioritários, pois possibilitariam que essas ideias fossem difundidas às populações que estivessem distantes dessa possibilidade de vivência. Assim, criou-se um conjunto de população distante dessa boa vida: as "minorias" norte-americanas e os habitantes de regiões "atrasadas" do planeta. Ou seja, longe do estilo de vida da sociedade ascendente dos Estados Unidos, certamente, essas novas diretrizes condiziam com a nova política do pós-guerra denominada de "Guerra Fria Cultural"[24] (SOUSA JR, 2017). Nesse sentido, para Chaves,

[24] Pós-doutorado de Walter de Sousa Jr. ECA-USP, Disponível em: https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=wm#inbox/164ec8d72c7153f3?projector=1&messagePartId=0.1

> O investimento na formação de lideranças intelectuais e quadros técnicos especializados em Ciências Sociais era parte da aposta da Fundação na agenda "desenvolvimentista" de reconstrução das sociedades do pós-guerra. Avaliadas como bons instrumentos de interpretação e de construção de soluções para os males atribuídos à pobreza – a privação material foi avaliada pelo órgão como estimulante natural das formas belicosas e autoritárias de articulação política – estas disciplinas deveriam ser patrocinadas para beneficiar projetos políticos que fornecessem soluções em estratégias de "desenvolvimento". (...) estas soluções diriam respeito não apenas à realização do progresso econômico, mas também à implantação de medidas de segurança à ordem social. (...) a "paz social" e a liberdade das carências materiais eram requisitos necessários à emergência de uma esfera pública segundo a tradição democrática estabelecida em sociedades avançadas, como a dos Estados Unidos. Nestes termos, o patrocínio da Fundação à formação de elites intelectuais se revelaria programaticamente em uma aposta na identificação delas à proposta democrática norte-americana de defesa da livre concorrência, da igualdade de oportunidades, e da elevação dos padrões de vida (Ibidem, p. 32).

Foi no contexto de pós Revolução Cubana e contenção do comunismo por parte do imperialismo americano que a Fundação Ford, em 1961, passou a atuar como organização "filantrópica" no Brasil. De acordo com Correia (2016, parte 3), alguns executivos da Ford Motor do Brasil estiveram vinculados à conspiração civil-militar que levou ao golpe de Estado de 1964, no qual o principal nome vinculado foi Humberto Monteiro, que era membro-diretor da seção de São Paulo do IPES. Em 1969, A Ford Motor Co., cuja maior acionista era a Fundação Ford, tornou-se uma das principais financiadoras da Operação Bandeirantes, na esteira do

AI – 5, no qual o intuito da operação era o extermínio dos militantes comunistas do país. Além disso, a Fundação Ford teve muitos funcionários de alto escalão com conexão com a CIA, com o Pentágono, com o Departamento de Estado e com o alto escalão do complexo industrial-militar privado dos Estados Unidos. Um dos principais motivos para a ligação entre a Fundação Ford, a CIA e o Departamento de Estado era "livrar-se de eventuais embaraços na política interna dos Estados Unidos em relação a ações de inteligência no exterior" (CORREIA, 2016, parte 3). Há, portanto, uma estreita relação da Fundação Ford com a política externa dos Estados Unidos e seus órgãos de inteligência. Isso e a história de como foi criada, exposta anteriormente, faz com que se questione a real intenção da Fundação Ford em financiar iniciativas pelo mundo a fora. Nas últimas décadas, inclusive, o destino dos recursos da Fundação Ford, majoritariamente, é para financiar os chamados Direitos Humanos, conceito adequado à visão ideológica imperialista estadunidense.

Em 2008, Luis Ubiñas assumiu a presidência da Fundação Ford. Ele trabalhou durante dezoito anos como diretor da McKinsey & Company, uma empresa imensa de consultoria de negócios. A sua especialidade na companhia era mídia e telecomunicações. Portanto, como cita Correia (2017), não é coincidência que uma das principais frentes financiadas pela Fundação Ford pelo mundo, atualmente, seja "a mídia dita alternativa e movimentos de ampliação do espectro de mídia nos países periféricos."

Darren Walker é o atual presidente da Fundação Ford, integra o conselho de outras Entidades Filantrópicas, como Rockeffeler, e é membro do Council on Foreign Relations, que é um órgão privado especializado em política externa e assuntos internacionais dos Estados Unidos, no qual vários

membros são do alto escalão: secretários de estado, diretores da CIA, banqueiros, executivos da mídia, etc.

> É possível afirmar que este think tank é o principal formulador da parceria entre as transnacionais do país, as fundações privadas ditas filantrópicas e o aparato militar-diplomático estadunidense na aplicação de uma política global que beneficie o centro do império capitalista (CORREIA, 2017).

Um dos objetivos, de acordo com Correia (2017),

> da utilização de ONGs e fundações privadas para a política externa dos EUA é desburocratizar e encobrir atividades de Inteligência no exterior, como o financiamento de grupos locais cujas causas coincidam com os interesses estratégicos do império, seja na aquisição de novos mercados seja na desestabilização de governos ou regimes considerados "não alinhados" seja para uma política soft de contra insurgência. Este último caso consiste em influenciar pessoas, por meio de ONGs e entidades filantrópicas, a se engajarem em "causas" liberais, supostamente progressistas, embora não anticapitalistas tampouco comunistas e, assim, promover protagonistas políticos de orientação política não-classista, eclipsando e dificultando a militância das organizações comunistas-marxistas. (Idem).

A partir da exposição do histórico da Fundação, há questões, que para muitos, são obscuras, da real intenção da Fundação em financiar projetos pelo mundo, principalmente nos países ditos periféricos. Focando nos novos arranjos midiáticos que recebem financiamento dessas fundações, será que não deveriam não aceitar esses recursos? Mas, se não aceitarem,

como captar recursos de outra forma, visto que o gasto para financiar o jornalismo, principalmente quando o trabalho é remunerado, é alto? Uma opção seria o próprio Estado ter um fundo para financiar o jornalismo no Brasil, mais aberto, que pudesse ser utilizado para a estrutura de trabalho principal, mas sem restringir ou direcionar o trabalho, como acontece com Editais públicos, que restringe o financiamento a projetos específicos.

Segundo o entrevistado de Viomundo, eles não recebem verba de Fundações:

Entrevistado: (....) Porque é o seguinte, por trás desses grupos que se apresentam como defensores do jornalismo, muitas vezes... Tipo Repórter sem Fronteira, etc., você tem que ter muito cuidado pra ver quem financia esses caras. Porque eles atuam com muito mais firmeza em alguns lugares e muito menos em outras, entendeu? E essas escolhas são muitas vezes guiadas pela ideologia, então... Eu tenho muita reticência com relação a isso, à Fundação. Porque obviamente se você olhar o papel que as Fundações desempenharam, ideológico, foi muito forte. Na Guerra Fria, por exemplo, as Fundações americanas financiavam intelectuais de esquerda. Tem um livro escrito só sobre isso. A CIA estava por trás de muitos partidos, movimentos, intelectuais, publicações de esquerda. Porque ela semeava o dissenso dentro da esquerda. Porque olha 'toda esquerda não soviética nos interessa', dizia a CIA. E usava Fundações pra fazer isso...
Entrevistadora 2: Você acha que isso mudou?
Entrevistado: Então, eu acho que não mudou, né. Você fala assim da Fundação Ford. Quais são os interesses que movem a Fundação Ford? Ela tem interesses ideológicos muito claros. É óbvio que ela quer um determinado tipo de jornalismo e outro não interessa tanto pra ela. É só esse o questionamento, eu sei que tem muita gente aqui no Brasil, por exemplo, que recebe financiamento do George Soros. Então, por exemplo, eu fui a um evento com o deputado... Que é uma graça de pessoa, uma pessoa mega inteligente
(...)
Entrevistado: Jean Wyllys! É um cara maravilhoso, uma pessoa muito inteligente o Jean Wyllys, muito sagaz. E eu estava num evento com ele e ele apresentou um vídeo lá. Um vídeo 'olha, as reformas necessárias pra fazer na América Latina e tal', e eu conheço muito esse discurso: reforma, América Latina, transparência... Me pareceu uma coisa muito com os olhos de Washington, como eu vivi lá 20 anos eu conheço de cor e salteado. E eu até questionei, falei 'vem cá ô, nesse vídeo que você falou e na discussão que você está propondo a gente nunca fala em imperialismo americano, por exemplo?'. Por que não? 'não, não é o momento de falar'. Eu fui ver e o vídeo é ligado a uma coisa do

Soros. Então o Soros tem essa particularidade de financiar também gente que não é de extrema direita ou de direita, ele financia gente de esquerda e tal. Mas ele tem uma visão... É óbvio que ninguém dá dinheiro de graça. Ele tem uma visão muito específica de... Quando ele fala em liberdade, ele é contra a regulamentação do sistema financeiro... Ele tem interesses, entendeu? Então é uma liberdade...
Entrevistadora 2: Sempre aquela.
Entrevistado: Sempre tem um fundo, entendeu? Esses patrocínios, do Soros, da Fundação Ford, que muita gente no Brasil recebe, eles não são dissociados de um interesse maior que está por trás, entendeu? Eu só acho legal existir transparência nisso aí. Mas eu acho que é uma saída. Você tem hoje pra financiar blogs nos Estados Unidos muitas cooperativas. Você tem gente recebendo dinheiro de Fundação, que é uma alternativa, pra fazer... Eu não sou contra absolutamente. Eu provavelmente não receberia, não... Eu certamente não receberia. Dinheiro da Fundação Ford, por exemplo, não! Eu conheço o papel que ela desempenha. Não só Ford, Rockfeller, os caras têm interesses muito específicos. Não dá pra me associar a essa gente se eu quero fazer um jornalismo livre de... (Entrevista ao CPCT)

Podemos observar que a visão do entrevistado está em sintonia com o que foi exposto acerca do papel, principalmente, da Fundação Ford, e, portanto, demonstra um resguardo com relação ao financiar o Viomundo com dinheiro proveniente de Fundações. Muito embora reconheça que é uma alternativa para os arranjos que precisam de aporte financeiro para desenvolver suas atividades, sugere "uma discussão que possa suscitar outros trabalhos acerca do tema, principalmente no que se refere ao estudo do financiamento do jornalismo "alternativo" brasileiro por Fundações internacionais".

Essa questão é complexa no que diz respeito se os arranjos deveriam aceitar recursos financeiros de fundações internacionais ou não, ademais, se não aceitarem, qual a expectativa de conseguirem se estruturar financeiramente? Pode-se afirmar aqui, também, a importância da sociedade em valorizar o jornalismo e os profissionais que despendem de seu tempo

por ele, afinal, o jornalismo é um bem social para a sustentação da democracia.

A ideologia do empreendedorismo (Dardot e Laval, 2014) junto com toda a gama do pensamento neoliberal transformou relações de trabalho. No jornalismo, podemos identificar uma promessa de 'revolucionar' a estrutura de produção, o que gera uma necessidade de incorporar a filosofia empresarial e trabalhar a partir dos objetivos da área comercial. Junto com essa mudança de ideais, os meios de produção do jornalista também sofreram alterações, enquanto há algum tempo tudo era impresso, na vida contemporânea a Internet se tornou fundamental para a novas possibilidades de organização do trabalho. Suas ferramentas facilitam o financiamento de vários arranjos, por exemplo dos que utilizam sites de *crowdfunding*. Apesar de diversas facilidades que a Internet traz, a pesquisa nos mostrou que na verdade a maioria dos arranjos não consegue se financiar com sua própria receita, e quando conseguem, mal gera renda para quem despende de seu próprio trabalho no 'arranjo' produtivo. Portanto, o trabalho na maioria das vezes é voluntário, mal remunerado, ou quando remunerado, não é garantido, ou seja, não se sabe se no ano seguinte irá ter demanda suficiente para bancar o profissional.

Como tentativa de se financiar, portanto, cada arranjo tem sua estratégia, alguns se mantém apenas com trabalho voluntário, outros procuram diversas formas para conseguir financiar o projeto, inclusive ações que não são diretamente ligadas à prática jornalística, como eventos, publicidade, cursos, palestras etc. Também há os projetos que são financiados por Fundações, como a Agência Pública, AzMina, Mídia Ninja, Vozes de Vila Prudente que, entre as Fundações citadas, está a Fundação

Ford. É preciso destacar que as políticas internacionais de financiamento estão relacionadas aos interesses geopolíticos de nações hegemônicas, viabilizados por organismos internacionais como o Banco Mundial, a ONU, OMC entre outros.

Todas essas questões abrem margem para uma discussão, em outros trabalhos, acerca do tema de alternativas possíveis a serem construídas: uma política pública de verba para comunicação e, a outra, a própria sociedade financiar por meio de assinatura, tendo em vista a maior valorização do jornalismo.

6. CONCLUSÕES

É difícil falar das conclusões de um trabalho. Temos de reafirmar que há muitas questões em aberto e que demandam a continuidade da pesquisa. Pretendemos leva-la adiante ao estudar e analisar o produto jornalístico produzido pelos jornalistas em novos arranjos de trabalho. Esse círculo não se fecha. Ele se eleva numa espiral cujo ímpeto estrutural é dirigido pelas relações objetivas das forças sociais.

Desse modo, terminamos a pesquisa porque ela foi organizada a partir de condições objetivas de tempo e de recursos. Chegamos a muito bom termo. O apoio da Fapesp, da ECA-USP foram fundamentais para todo o trabalho desenvolvido. Um trabalho coletivo, realizado por um Centro de Pesquisa, sob minha coordenação, cujos pesquisadores envolveram-se diretamente com o planejamento, execução e avaliação de cada fase da investigação.

Faz parte dos resultados, a consolidação desse nosso Centro de Pesquisa, já há quase quinze anos realizando investigações sobre a comunicação no mundo do trabalho e sobre as relações teóricas e epistemológicas entre comunicação e trabalho. A formação de investigadores – de iniciação científica, mestres, doutores e pós-doutores – é, sem dúvida, o mais importante e consolidado resultado que oferecemos.

Dirigir a pesquisa coletiva em um Centro de estudos é um aprendizado continuo e desafiador. Construir o caminho teórico-metodológico é também um processo coletivo, pois os pesquisadores não são apenas executores de procedimentos. Esse trabalho conjunto é ele mesmo pedagógico. Desde a redação do projeto até o final deste relatório somos várias mãos e cabeças a pensar e a elaborar.

Levantamos 170 novos arranjos do trabalho do jornalista no país. Selecionamos 70 deles localizados na região metropolitana de São Paulo para serem estudados. Criamos categorias para mapear as características de cada um dos 70 arranjos a partir da autodeclaração.

Dessa primeira fase da pesquisa exploratória, verificamos a necessidade de aprofundarmos o estudo bibliográfico sobre conceitos importantes para darmos continuidade à investigação. Arranjo de trabalho foi estudado e delineado como conceito matriz que denota bem a situação dos jornalistas*: arranjos* são tentativas de organização de pessoas e de recursos para o trabalho; tem-se uma expertise, tem-se um projeto e investe-se nele o que se pode para produzir bens para a sociedade; os arranjos (econômicos) são um potencial de desenvolvimento local; arregimentar profissionais interessados em exercer sua profissão com autonomia, dedicação, sem interferência das grandes empresas do setor da comunicação. Esses jornalistas apostam na possibilidade de arranjar o próprio trabalho e de criar condições para o desempenho profissional. Na literatura econômica os arranjos produtivos locais auspiciaram teoricamente uma alternativa de incremento para o desenvolvimento local. Em outra dimensão do sentido de desenvolvimento, tratando-o mais como aspecto de ganho humano e social, arremetemos o termo arranjo para friccioná-lo à forma de empresa tradicional. E também para propor a ideia de que a sociedade precisa assumir o problema profissional das novas gerações. Onde vão trabalhar? Como vão trabalhar? Como viverão do trabalho que sonham para si próprios? Como exercerão a missão do jornalista de fazer e levar a informação – bem social – para a sociedade exercer os princípios da democracia?

Manuel Castells, ao analisar a ruptura democrática dos tempos atuais, reafirma o papel dos jornalistas como peça chave na arquitetura da democracia liberal: "E o rompimento fora das instituições tem um alto custo social e pessoal, demonizado por meios de comunicação que, em última análise, são controlados pelo dinheiro ou pelo Estado, apesar da resistência muitas vezes heroica dos jornalistas".(2018, p.14) No entanto, a democracia liberal acabou. O neoliberalismo, como ideologia política que pretende fazer a gestão da sociedade de alto a baixo, do cidadão, agora homem empresa, ao estado mínimo à serviço do mercado, incrementa uma ação de *desdemocratização* (DARDOT E LAVAL, 2014) da sociedade brasileira, cujos resultados estamos sentindo na política e na vida cotidiana. Os jovens e/ou experientes profissionais que apostam no jornalismo como forma e possibilidade de conhecer para transformar a realidade são merecedores de perspectivas profissionais e de meio de vida. A sociedade não pode lhes negar esse direito. Assim, os novos arranjos vão teimando e remando contra a corrente da destruição imposta pela lógica dos grandes conglomerados. Antes eram meia dúzia, agora são dois ou três multimilionários. A concentração de riquezas e de domínio sobre as forças produtivas é demasiadamente danosa, desumana e retrógada. Temos de apostar no futuro dos novos arranjos, apesar de toda a fragilidade deles. A pesquisa (com os depoimentos nas entrevistas e nos grupos de discussão) mostrou e respondeu como os arranjos de trabalho do jornalista se sustentam. Eles se arranjam em uma porção de atividades paralelas para garantirem o que mais querem fazer: o jornalismo.

Outros conceitos bem debatidos foram o de alternativo, independente, comunitário, coletivo. Expressões sobre as quais a área da

comunicação já produziu um largo arcabouço de referências. Sobre o assunto, chegamos a sentidos denotativos das disputas ideológicas no campo da comunicação não hegemônica. Há os que se identificam com o independente e o alternativo como aspecto pertinente à contraposição clara que fazem aos conglomerados de meios e às suas linhas editoriais e interesses econômicos pouco confessáveis. Há os que subvertem esse sentido para alinharem-se à ideia de que independente é um valor intrínseco ao jornalismo desvinculado de interesse econômico e político. Esses são enunciados que reiteram os valores liberais do jornalismo como discurso neutro que busca a verdade.

A independência financeira é fundamental e, nesse sentido, os novos arranjos são independentes porque sobrevivem às duras penas da prestação de serviços diversos: de cursos, palestras a freelancer em trabalhos paralelos. Mas e os independentes que recebem financiamento de fundações estrangeiras? De que independência se está falando? Certamente, como forma e conteúdo são traços de um mesmo sentido, há que se buscar deslindar o independente de sua aura de autonomia e de não compromisso. Buscar nele as marcas deixadas pela linha editorial, pelas pautas e também pelos relacionamentos construídos. Nesse aspecto, pudemos verificar que há uma escala de compreensão para o termo independente. Se todos se dizem independentes de compromissos com os que detém poder e dinheiro, nem todos se mostram independentes de um certo conservadorismo na forma de pensar o jornalismo e sua relação com a sociedade. Deixamos aqui uma lacuna a ser investigada: quais sentidos de jornalismo estão sendo disputados nessa arena de lutas? Poderemos tentar responder a mais essa questão quando fizermos a análise do jornalismo que é produzido nesses arranjos.

Por outro lado, há que se polemizar com as teorias hegemônicas sobre a deontologia do jornalismo, pois é preciso friccionar as teorias à luz do discurso produzido, das formações discursivas e ideológicas que sustentam esse saber fazer como prática profissional.

O território periférico é o lugar de fala de quem reivindica a valorização do comunitário. A periferia é um estado ideológico, muito mais do que o lugar longe do centro. É o lugar do próximo e do reconhecido, é território de autovalorização. O centro é o outro, o diferente. Não necessariamente o hegemônico. O periférico também se alinha aos valores instituídos desde que possam ser enunciados pelos da periferia. Há aí muita confusão ideológica. As políticas diversionistas patrocinadas por organismos internacionais orientam boa parte dos discursos das organizações sociais e dos respectivos patrocinadores. A "questão social" (CASAQUI, 2015) é um negócio milionário que precisa da comunicação. Jovens jornalistas veem aí um espaço para fazer o seu trabalho e, mais do isso, para a militância na periferia, visto que a promessa é de abertura de oportunidades. Nesse mesmo plantel estão os discursos sobre gênero e feminismo. É preciso saber como pautá-los. A "causa social" novamente volta à discussão pelo viés da diversidade e da diferença. Pouco se problematiza a desigualdade econômica e política e como elas sustentam as mazelas "ressemantizadas" como diversidade. Muito necessário o tratamento desses temas pelo viés jornalístico, também são um nicho editorial que permite um trabalho mais assentado no tempo e um relacionamento mais direto com o público.

Por fim, as perguntas iniciais da pesquisa eram:

1. Como os jornalistas organizados em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia sustentam sua autonomia no trabalho? Eles e elas se debatem com uma situação dramática de precariedade das condições de trabalho, com a densificação do trabalho, com extenuantes jornadas de trabalho em diferentes lugares e para diferentes fontes e finalidades. Têm geralmente um emprego como freelancer ou mesmo fixo para obter ganhos para a sobrevivência; e, depois dessa jornada, há o trabalho no "arranjo", o trabalho que completa e satisfaz, o trabalho que alimenta o ser social, mas também que faz sofrer porque não se tem tempo e condições para a dedicação adequada e com qualidade. Sustentam, portanto, sua ação jornalística no arranjo com outro trabalho, em atividades de cursos, palestras, freelancer no jornalismo para outros veículos, eventos, assessorias etc. Há também a busca de recursos em editais públicos, em campanhas para doações, campanhas de crowdfunding, parcerias com fundações nacionais e estrangeiras. A autonomia então é relativa, padece com as injunções da falta de financiamento para manter a iniciativa e dar vazão ao seu desenvolvimento. Há tentativas de cooperação entre os arranjos que se estendem à partilha de locais de trabalho, sede, recursos, além de informações e troca de dados. Faz-se necessária a construção de políticas públicas que deem sustentação a essas iniciativas, porque elas precisam ser reconhecidas como de fundamental relevância para a democracia, visto que produzem jornalismo a partir de diferentes pontos de vista e sem as injunções do mercado e dos interesses

dominantes. Para isso, os interessados precisam fortalecer os laços de cooperação para uma atuação mais convergente em defesa dos arranjos do trabalho de jornalistas, alternativos e independentes dos grandes conglomerados de meios.

2. Como os jornalistas organizados em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia mobilizam os dispositivos comunicacionais a seu dispor para instituir novas prescrições para o trabalho jornalístico? Nesse quesito impera a invenção, a disposição de efetivar o trabalho da melhor maneira possível, buscando ferramentas tecnológicas disponíveis. Há grande conhecimento circulando entre esses trabalhadores. O smartphone, o computador, os aplicativos, a Internet são um mundo de possibilidades para coletar informações: sons, imagens, textos; para produzir e editar, para publicar, para compartilhar, para contatar, para circular. Tudo em qualquer lugar e em qualquer tempo: chegando mesmo a ser extenuante. Se há um mundo de criações e iniciativas que se coletivizam e ganham dimensão e sinergia, há, por outro lado, densificação do trabalho 24/7, ou seja, todos os dias, a todas as horas. É difícil colocar limites. A busca é por alternativas de organizar o trabalho e a vida: é preciso apoiar-se na coletividade. As rotinas produtivas transformam-se com o jornalista polivalente e multitarefa: sabe investigar, selecionar, entrevistar, fotografar, filmar, editar, revisar, publicar em diferentes plataformas e sabe também interagir com e divulgar o trabalho para os cidadãos. As redações são espaços virtuais de conexão com fontes, equipe de trabalho, suporte técnico e logístico. O trabalho colaborativo em

rede se dá em sua expressão plena, seja entre equipes com pessoas em diferentes países e estados do país, seja em diferentes bairros da cidade. O trabalho coletivo mais horizontalizado mantém, no entanto, níveis de responsabilidade hierarquizados. Os colaboradores eventuais, os colaboradores mais frequentes que sugerem pautas, enviam matérias, fotos, áudio, vídeo. Os publicadores que selecionam a pauta, aprovam o material e encaminham para os responsáveis para a publicação. Há também arranjos menores em que o trabalho colaborativo é dividido em tarefas determinadas e que se complementam, mas atribuem a cada responsável o papel de definir o que será publicado. As reuniões de pauta, nesses casos, podem ser virtuais ou presenciais, a depender dos recursos e das localizações. Esse processo de trabalho depende de iniciativa, envolvimento, predisposição para resolver qualquer problema em qualquer situação. Esse engajamento é muito promissor para o resultado jornalístico. É de interesse para a sociedade, porque há valores imensuráveis nessa atividade (Schwartz, Durrive, 2007). O trabalho desses jornalistas gera muito conhecimento, muita informação e eles/elas não recebem nada por isso. Os mecanismos atuais de metrificação de dados revertem o conjunto desse trabalho (produtos e conhecimentos de como trabalhar) em valor mensurável para ser ofertado no mercado. Aqueles que têm se aproveitado desse engajamento são os ideólogos neoliberais interessados em mais lucratividade; beneficiam-se dessa situação para espoliar o trabalho sem sequer pagar salário.

3. As prescrições formuladas nesses arranjos econômicos alternativos instituem relações de comunicação mais democráticas e compartilhadas no processo de trabalho? Sim. Sem relações mais horizontalizadas esses arranjos não sobrevivem. Aliás, a única perspectiva que eles têm é a de manterem e aprofundarem a colaboração horizontalizada entre seus membros e entre os arranjos. Essa é a grande novidade. Está aí a inovação na forma de trabalhar e compartilhar. Essas relações mais horizontais são necessárias para o desempenho na atividade jornalística, para a solidariedade entre profissionais porque o trabalho é extenuante e a cooperação economiza força física, intelectual, tempo e recursos. E também porque as relações mais horizontalizadas entre eles cria uma força política, um campo de mídias alternativas e independentes; cria uma marca, uma maneira de trabalhar e produzir jornalismo. Essa sinergia tem sido pouco percebida e aproveitada. Um exemplo, foi a casa no bairro do Bixiga que abrigou várias dessas iniciativas. Esse é um capital importantíssimo pouco aproveitado, ou melhor, aproveitado em momentos de cobertura pontuais e de crises. Há potencial a ser aproveitado e estimulado.

Essa é uma conclusão que não termina aqui. Apontamos ainda um grande problema: o aparato tecnológico e o apelo ideológico para "empreender", o "homem-empresa", além de outras máximas da moda, dissimulam a verdadeira situação desses profissionais: vínculos contratuais precários, trabalho gratuito, longas jornadas, expostos a toda sorte de violência. No entanto, dão uma contribuição efetiva para a sociedade. As instituições democráticas defensoras de um processo civilizatório humanista precisam buscar formas de enfrentar essa questão.

Por fim, a pesquisa continuará, daqui para frente, estudando o produto jornalístico produzido por esses arranjos do trabalho do jornalista alternativos e independentes dos conglomerados de meios.

7. REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. Imprensa Alternativa: alcance e limites. **Tempo e Presença**, nr. 233, agosto de 1988. Disponível em http://novo.fpabramo.org.br/content/imprensa-alternativa-alcances-e-limites.

ANTUNES, R. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo, 2018.

_____. **Os sentidos do trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2009.

BALDIN, N. e MUNHOZ, E. **Snowball** (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In **X Congresso Nacional de Educação-Educere / I Seminário Internaiconal de Representações Sociais, Subjetividade e Educação-Sirsse - PUC-PR, Curitiba, 7-10/11/2011.** Disponível em: http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4398_2342.pdf

BERGAMO, A. Reportagem, memória e história no jornalismo brasileiro. **Mana**, vol.17, n.2. Rio de Janeiro, Aug. 2011.

BOURDIEU, Pierre. (2002). *A dominação masculina*: a condição feminina e a violência simbólica. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

CASAQUI, V. A construção do papel do empreendedor social: mundos possíveis, discurso e o espírito do capitalismo. **Galaxia**. São Paulo, n.29, p.44-56, jun. 2015.

CASTELLS, M. **Ruptura**: a crise da democracia liberal. Rio de Janeiro: Editora, 2018

CHAVES, W.S. O Brasil e a recriação da questão racial no pós-guerra: um percurso através da história da Fundação Ford. 165 f. Tese (Doutorado em Histórias) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

CORIAT, B. **Pensar pelo avesso:** o modelo japonês de trabalho e organização. Rio de Janeiro: Revan/UFRJ, 1994.

CORREIA, M. Discutindo a Fundação Ford (parte 1 de 4). Esquerda Online. 2016. Disponível em: < https://esquerdaonline.com.br/2016/12/10/discutindo-a-fundacao-ford-parte-1-de-4/>. Acesso em 28/07/2018.

_____. Discutindo a Fundação Ford (parte 2 de 4). Esquerda Online. 2016. Disponível em: < https://esquerdaonline.com.br/2016/12/13/discutindo-a-fundacao-ford-parte-2-de-4/>. Acesso em 28/07/2018.

COSTA, M. E. B. Grupo Focal. In: DUARTE, J.; BARROS, A.(orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

D'ANDREA, T.B. **A formação dos sujeitos periféricos**: cultura e política na periferia de São Paulo. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2013.

DARDOT, P. e LAVAL C. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DENZIN, N.K.; LINCOLN, Y.S. **O planejamento da pesquisa qualitativa.** Porto Alegre: Penso, 2006.

DOWNING, J. **Mídia radical**. São Paulo: Editora Senac, 2002.

DURAND, J. P. A refundação do trabalho no fluxo tensionado. In **Revista Tempo Social**, v. 15 n. 1, p. 139-158, 2003.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Ed.UNB, 2001.

FÁVERO, L L e ANDRADE, M L C. V. O. Os processos de representação da imagem pública nas entrevistas. In PRETI, Dino (org.). **Estudos de língua falada: variações e confrontos** et AL. 2 ed. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2006.

FIGARO, R. A abordagem ergológica e o mundo do trabalho dos comunicadores. **Revista Trab. Educ. saúde (Online)**, Rio de Janeiro , v. 9, supl. 1, 2011.

_____. A triangulação metodológica em pesquisas sobre a Comunicação no mundo do trabalho. **Fronteiras** – estudos midiáticos. 16(2): 124-131 maio/agosto 2014.

_____. Atividade de comunicação e de trabalho. **Trabalho, educação e saúde**. Rio de Janeiro, v. 6, n. 1, p. 107-145, mar./jun. 2008.

_____. Comunicação e Trabalho: binômio teórico produtivo para as pesquisas de recepção. In **Revista Mediaciones Sociales**. vol 4. Madri-Espanha, 2009.

FIGARO, R., NONATO, C. Novos "arranjos econômicos" alternativos para a produção jornalística. Contemporânea. **Revista de Comunicação e Cultura**. Dossiê temático inovação no jornalismo: escopo e percursos. Vol. 15, no 1, 2017, p. 47 a 63. Disponível em https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/21451/14492.

FIGARO, R; NONATO, C; GROHMANN, R **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

FIGARO, R. NONATO, C. KINOSHITA, J. Jornalistas em arranjos econômicos independentes de corporações de mídia: métodos e análises iniciais. Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do **XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação**, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.2017.
FONSECA, V e SOUZA, P H. R. O pós-fordismo na produção jornalística. **Revista Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 15. p. 1-18, jul. 2006.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUIMARÃES, E. **Semântica do acontecimento**. Campinas: Pontes, 2002.

HAESBAERT; R. Território e multiterritorialidade: um debate. **GEOgraphia** - Ano IX - No 17 - 2007.

HANDCOCK, M., GILE, K. **On the Concept of Snowball Sampling.** Cornell University Library, 2011. Disponível em : https://arxiv.org/abs/1108.0301v1

HAUBRICH, A. **Mídias alternativas.** A palavra da rebeldia. Porto Alegre: Insular, 2017.

HENRIQUES, M. Demissões, fechamentos de revistas: a agonia da Abril continua. Diario do Centro do Mundo. Jul. 2018. Disponível em: https://www.diariodocentrodomundo.com.br/demissoesfechamento-de-revistas-a-agonia-da-abril-continua-por-miguel-enriquez/

HESMONDHALGH, D., BAKER, S.. **Creative labour.** Media work in three cultural industries. New York: Routledge, 2011.

HOUAISS, A. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa.** São Paulo: Objetiva, 2001.

HUWS, Ursula. Mundo material: o mito da economia imaterial. **Revista Outubro**. N.21. 2º semestre de 2013.

JANKOWSKI, N.W.; WESTER, F. La tradición cualitativa en la investigación sobre las ciencias sociales: contribuciones a la comunicación de masa. In: K.B. JENSEN; N.M. JANKOWSKI (eds.), **Metodologias cualitativas de investigación en comunicación de masas**. Barcelona, Bosch, p. 57-91. 1993.

KUNCINSKI, B. **Jornalistas e revolucionários nos tempos da imprensa alternativa.** São Paulo: Scritta, 1991.

LIMA, Claudia Nonato. Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão. **Tese de doutorado.** ECA-USP, 2015. Disponível em: http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-26062015-112522/pt-br.php

LOMBARDI, M. **Coordinamento e cooperazione nella dinamica evolutiva dei sistemi produttivi locali.** Economia e Politica Industriale. 2003.

LUKACS, G. **Para uma ontolologia do ser social** I. São Paulo: Boitempo, 2012.

MARTES, A.C.B. Weber e Schumpeter - A ação econômica do empreendedor, in **Revista de Economia Política**, vol. 30, nr. 2 (118), pp. 254-270, abril-junho/2010.

MARTINO, L. C. As epistemologias contemporâneas e o lugar da Comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata (Org.). **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

MARX, K, ENGELS,F. **A ideologia alemã**. São Paulo; Boitempo, 2007.

McKERCHER, C., MOSCO, V.(orgs.) Knowledge workers in the information society.Mariland: Lexington Book, 2008. **ProfiCiencia.** O Método científico. Disponível em: http://www.proficiencia.org.br/article.php3?id_article=490

MENESES, María E. Periodismo convergente. Tecnología, medios y periodistas en el siglo XXI. Porrua: México, DF, 2011.
MINAYO, M.C. de S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo-Rio de Janeiro, HUCITEC-ABRASCO, 1992.

MORAES, D. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación.** vol. IX, n. 2, mayo – ago. / 2007. Disponível em: http://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/viewFile/226/224.

_____. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: A contribuição teórica de Gramsci. **Debates,** Porto Alegre/RS, v.4, n.1, p. 54-77, jan.-jun. 2010. Disponível em http://seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/view/12420/8298. Acesso em: 01/12/2016 Disponível em http://www.unicentro.br/redemc/2015/anais/DT4/DT4-11.pdf

MOSCO, V. Marx is back, but which one? On knowledge labour and media practice. In: FUCHS, C. and MOSCO, V. Marx is back: the importance of

Marxist theory and research for critical communication studies today. **Triple C**, vol. 10 n. 2, 2012.

NONATO, C. Da redação aos blogs: a busca por novos arranjos econômicos e alternativas ao trabalho jornalístico. **Revista Famecos**, v. 25, n.1, 2018.

_____. Blogs, colaborativismo e crowdfunding: novos arranjos para o livre exercício e a prática da cidadania. **Revista Alterjor**. N. 6, v.2, 2015.

NONATO, C.; PACHI FILHO, F.F; FIGARO, R. Relações de comunicação em novos arranjos alternativos e modelos de produção da notícia. **Líbero**. Revista eletrônica do Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. ANO XXI - No 41. Jan. / Jun. 2018. Disponível em: http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/956

NOUROUDINE, A. A linguagem: dispositivo revelador da complexidade do trabalho. In SOUZA-E-SILVA, M. Cecília e FAÏTA, Daniel. (orgs) **Linguagem e trabalho:** construção de objetos de análise no Brasil e na França. São Paulo: Cortez, 2002. p 17-30.

OCDE. Manual de Oslo - Diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação. OCDE/Eurostat, 1997, 3a ed., disponível em http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf.

ORLANDI, E. P. **A interpretação.** Petropolis: Vozes, 1998.

_____. **Análise de discurso**. Princípios e Procedimentos. 7.ed.Campinas: Pontes, 2007.

_____. **As formas do silêncio no movimento dos sentidos.** Campinas: Editora da Unicamp, 1995.

OTRE, M. A. C. A Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária inserida na Pós-graduação em Comunicação no Brasil (1972-2012). In: **X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e V Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã, 2015**, Bauru/SP. Anais eletrônicos… Bauru/SP: Unesp/Faac, 2015.

PACHI FILHO, F.F; BARROS, J. V.; MOLIANI, J. A. Empreendedorismo e inovação nos novos arranjos produtivos jornalísticos. **15o Congresso da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo**. São Paulo, 2017. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2017/paper/viewFile/740/356>. Acesso em: 03/02/2018.

PACHI FILHO, F.F; MOLIANI, J.A. Efeitos de sentido da autoria na pesquisa em comunicação alternativa no Brasil, in **XXVI Encontro Anual da Compós**, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo - SP, 06 a 09 de junho de 2017.

PACHI FILHO, F.F; SOUZA, R.B.R.; MOLIANI, J.A. Comunicação, imprensa e jornalismo alternativos: cartografia dos usos conceituais na produção acadêmica brasileira recente, in **Pensacom 2016**, São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016.

PARISER, E. **O filtro invisível**. O que a Internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PECHEUX, M. **O discurso**: estrutura ou acontecimento? Pontes: Campinas, 2002.

_____. **Semântica e discurso:** uma crítica à afimação do óbvio. Campinas: Edunicamp, 1997.

PEREIRA, Manuel Luís Petrik e WAINBERG, Jacques A. A Estado da arte da pesquisa em Jornalismo no Brasil: 1983-1997. **Revista Famecos**, Porto Alegre: PUC/RS, n.11, dez.1999.

PERUZZO, M. C. K. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Galáxia,** 2009, Junho. Disponível em http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2108 . Acesso em 01/12/2016

_____. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados.

Reelaborações no setor. **Palabra Clave.** Vol 11, No 2 (2008) - Disponível em http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1503/1744.

PRUDÊNCIO, K.; PUPO, F. V.; MENEZES, A. G. Uma alternativa ao jornalismo alternativo. In. **XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010**, Caxias do Sul/RS. Anais eletrônicos…Caxias do Sul/RS: Intercom, 2010. Disponível em: http://www.academia.edu/3282970/Uma_alternativa_ao_jornalismo_alternativo

QUINTANEIRO, T., BARBOSA, M.L.de O., OLIVEIRA, M.G.M. **Um toque de clássicos.** Marx, Durkheim, Weber. 2.ed.Belo Horizonte: EdUFMG,2003.

RAMÍREZ, Maria E. H. Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano. Universidad Guadalajara, 2010.

REIG, R. Crisis del sistema, crisis del periodismo. Barcelona: Gedisa, 2015.
ROXO, M. e GROHMANN, R. O jornalista empreendedor: uma reflexão inicial sobre jornalismo, flexibilização do trabalho e os sentidos do empreendedorismo no campo profissional. **Revista Líbero**, v. 18, n. 35, p. 123-132, jan./jun. de 2015.

_____. Sentidos do Empreendedorismo no Campo Profissional Jornalístico, in **Comunicon 2014**, São Paulo - ESPM, 8 a 10 de outubro 2014.

ROXO, M., GROHMANN, R., MARQUES, A. F. Lugares de Enunciação e Disputas de Sentido em Relação ao Trabalho Jornalístico em Arranjos Alternativos às Corporações de Mídia. **15o Congresso da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo**. São Paulo, 2017.

RUDIGER, Francisco. **Epistemologia "da" Comunicação**: elementos para a crítica de uma fantasia acadêmica. Revista Famecos. PUCRGS, Porto Alegre, v. 21, n. 2, p. 395-417, maio-agosto 2014.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização:** do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SATUF, I. O discurso da mídia independente como prática metajornalística. Revista **Comunicando**, Vol. 5, Nº 1, Sopcom, Portugal, 2016.

SCHWARTZ, Y. Conceituando o trabalho, o visível e o invisível. In **Revista Trab. Educ. Saúde**, Rio de Janeiro, v. 9, supl. 1:19-45, 2011.

_____. Trabalho e uso de si. In **Revista Pro-posições.** Vol. 1, n. 5 (32), julho, 2000

SCHWARTZ, Y., DURRIVE, L. **Trabalho e ergologia**. Niterói: Federal Fluminense, 2007.

SILVEIRINHA, M. J. **Identidades, media e política**. Livros Horizonte, 2004

SINATO, A. As Narrativas de Vida dos Empreendedores Sociais e a Construção do Imaginário Heroico no Contexto do Novo Espírito do Capitalismo, in **XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – São Paulo - SP – 05 a 09/09/2016.

SODRÉ, M. **A ciência do comum**. Petrópolis: Vozes, 2014.

SOUSA, JR. W. Aspectos doutrinários fundamentalistas da expansão política, econômica e cultural dos estados unidos. Revista Lumen. UNIFAI, Vol.2, 2016.

SOUZA, R. B. R. Ontologia do jornalismo: considerações sobre o trabalho do conhecimento e a práxis noticiosa no século XXI. **14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo**. Santa Catarina, 2016. Disponível em: http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2016/paper/viewFile/284/112

STRELOW, Aline. O estado da arte da pesquisa em jornalismo no Brasil: 2000 a 2010. Revista **Intexto**. Porto Alegre, UFRGS, v.02, n.25, p. 67-90, dez. 2011.

SUZIGAN, W. et.al. Clusters ou sistemas locais de produção: mapeamento, tipologia e sugestões de políticas. **Revista de Economia Política**, v. 24, n. 4 (96), out./dez, 2004.

TEMER, A.C.R.P; ASSIS, F.; SANTOS, M. Mulheres jornalistas e a pratica do jornalismo de imersão: por um olhar sem preconceito. **Revista Media & Jornalismo**, Lisboa: Centro de Investigação Media e Jornalismo, Nº 25, p. 75-90, 2014. Disponível em: http://fabricadesites.fcsh.unl.pt/polocicdigital/wp-content/uploads/sites/8/2017/03/AnaTFranciscoAMarliS.pdf

TOLFO, S. R. e PICCININI, V. Sentidos e significados do trabalho: explorando conceitos, variáveis e estudos empíricos brasileiros. **Revista Psicologia e Sociedade** vol.19 Porto Alegre 2007.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2013.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T.T (org.); WOODWARD, K.; HALL, S. **Identidade e diferença:** a perspectiva dos estudos culturais. 15a. ed. Petrópolis: Vozes, 2014, p. 7-72.

8. OUTROS MATERIAIS PRODUZIDOS PELA PESQUISA

1- Documentos de Pesquisa – são instrumentos de orientação metodológica para o trabalho de pesquisa. Foram formulados 13 documentos.
2- Artigos e seminários em que foram apresentados ou discutidos aspectos da pesquisa. Os autores são membros do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, coordenado pela pesquisadora responsável pelo projeto

Artigos publicados e/ou aprovados para publicação em 2018 sobre a pesquisa

Revista Libero – Fundação Cásper Libero (n.1, 2018)
Relações de comunicação em novos arranjos alternativos e modelos de produção da notícia
Cláudia Nonato, Fernando Felício Pachi Filho, Roseli Figaro

Revista Brazilian Journalism Research (n.3, 2018)
THE WORLD OF WORK OF FEMALE JOURNALISTS: feminism and professional discrimination.
ROSELI FIGARO

Congresso da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo – SBPjor 2018
- Trajetória de sentidos no discurso de jornalistas da periferia de São Paulo. Camila Acosta Camargo, Cláudia Nonato, Fernando Felício Pachi Filho

- Estratégias de demarcação do *ethos* jornalístico na figura de novos arranjos do trabalho dos jornalistas. Roseli Figaro, Michelle Roxo, Janaina Visibeli Barros

- Os arranjos de mídia alternativos e suas “redações virtuais".
Ana Flávia Marques, Jamir Kinoshita, João Augusto Moliani

2017
- Lugares de Enunciação e Disputas de Sentido em Relação ao Trabalho Jornalístico em Arranjos Alternativos às Corporações de Mídia.
Michelle Roxo, Rafael Grohmann, Ana Flávia Marques

Congresso da Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação Ibercom/ Assibercom – Lisboa Portugal Novembro de 2017.

- O trabalho do jornalista em novos arranjos alternativos e independentes dos conglomerados de meios: enlaces de pesquisa na américa latina
Roseli Figaro

Congresso da Associación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación – Alaic, 2018

- Metodología exploratoria para conocer los nuevos arreglos del trabajo de periodista. Roseli Figaro

Congresso Nacional da Intercom 2017

- Jornalistas em arranjos econômicos independentes de corporações de mídia: métodos e análises iniciais1
Roseli FIGARO, Cláudia NONATO, Jamir KINOSHITA

Programação do Seminário Internacional Metodologias Críticas para as Pesquisas em Comunicação – PPGCOM UNISINOS – 2018

Seminário Libertad de prensa: Precarización laboral y agresiones a periodistas – Ciespal – 2017.

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Figuras

Figura 1: Planilha Geral de informações sobre os arranjos do trabalho do jornalista no Brasil.....36
Figura 2: O Mapa Brasil com arranjos do trabalho do jornalista por Região.....37

Gráficos

Gráfico 1: Categorias autodeclaradas 62
Gráfico 2: Inovadores.....63
Gráfico 3: Empreendedores 64
Gráfico 4: Coletivos.....65
Gráfico 5: Tempo de existência.....67
Gráfico 6: Auto declaração como jornalista.....68
Gráfico 7: Iniciativa jornalística 69
Gráfico 8: Marcadores da práxis jornalística.....70
Gráfico 9: Status jurídico.....71
Gráfico 10: Vínculo a movimentos sociais, políticos, religiosos ...72
Gráfico 11: Periodicidade do conteúdo 73
Gráfico 12: Atuação em outras atividades além da produção de conteúdo.....74
Gráfico 13: Fontes de financiamento 75

Tabelas

Tabela 1: Redução do emprego nos principais diários dos EUA (2011) 27
Tabela 2: Autodeclaração de jornalista, iniciativa jornalística e marcadores jornalísticos + Alternativos/Independentes.....42
Tabela 3: Quadro dos entrevistados – Núcleo 1.....44
Tabela 4: Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico + Alternativos/Independentes.....45
Tabela 5: Quadro dos entrevistados – Núcleo 2.....46

Tabela 6: Autodeclaração de pelo menos um critério jornalístico/ Sem outra identificação 47
Tabela 7: Quadro dos entrevistados – Núcleo 3.....48
Tabela 8: 49
Tabela 9: Quadro dos entrevistados – Núcleo 4.....49
Tabela 10: Nada de jornalismo e nada de qualificativo da instituição.....50
Tabela 11: Quadro dos entrevistados – Núcleo 5.....50
Tabela 12: Autodeclaração independente ou coletivo/nenhuma declaração de jornalismo 50
Tabela 13: Quadro dos entrevistados – Núcleo 6.....50

CENTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E TRABALHO

Universidade de São Paulo

Escola de Comunicações e Artes

Departamento de Comunicações e Artes

Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação.

Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443, 2º Andar – Sala 219

São Paulo - SP - Brasil

Tel. (+55 11) 3091 4081 – Ramal 219 –

e-mail: comunicacaoetrabalho@gmail.com

www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho

As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia resulta de um estudo realizado pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, entre os anos de 2016 e 2018, com o apoio financeiro da Fundação de Apoio à Pesquisa no Estado de São Paulo - FAPESP.

Os resultados aqui reportados mostram as agruras do trabalho de jornalistas que buscam alternativas às formas tradicionais do emprego em grandes empresas. São profissionais que criam meios para tornar viável o jornalismo comprometido com o bem comum, para além dos interesses econômicos. São protagonistas de uma história longa de profissionais que amam o ofício. Elas e eles nos apontam a oportunidade de criarmos uma outra relação com a informação.

Precisamos apoiá-los nessa iniciativa.

FAPESP

Centro de Pesquisa Comunicação e Trabalho

ECA ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

USP

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7205-226-9
9 788572 052269