



Territorialidade como fator de (in)dependência em iniciativas de jornalismo em plataformas digitais no Nordeste do Brasil

Edgard Patrício¹

Universidade Federal do Ceará

Resumo: Patrício e Batista (2017) recensearam os elementos de identidade jornalística presentes nas autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais. Um desses elementos seria o contraponto estabelecido entre centro *versus* periferia, entre mídia independente e mídia convencional. Essa constatação levou Silva e Patrício (2018) a se debruçarem sobre a regionalidade como fator de produção do jornalismo nas iniciativas independentes, num contexto de intensificação tecnológica digital. Foram identificados marcadores territoriais no *ethos* discursivo dessas iniciativas. Existiriam reflexos desses marcadores territoriais na sustentabilidade financeira dessas iniciativas? A partir da análise de seis iniciativas do Nordeste do Brasil, constatou-se que os apoios locais dialogam com esses marcadores territoriais.

Palavras-chave: Jornalismo independente; Regionalidade; Financiamento.

1. Introdução

¹ Professor do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. Grupo de Pesquisa Práxis no Jornalismo – PráxisJor. edgard@ufc.br

Batista e Patrício (2017), ao analisarem elementos de identidade jornalística presentes em iniciativas de jornalismo independente em plataformas digitais, depararam-se, a partir das autonarrativas vinculadas a essas iniciativas, da percepção da própria noção de independência, vinculada a seus projetos. Embora catalogadas como jornalismo independente, pelo mapa² elaborado pela Agência Pública, as iniciativas muitas vezes não conseguiam explicitar, em seu próprio discurso, qual vinculação teriam com essa pretensa ‘independência’. De certa maneira, a conjugação das características elencadas pela Agência Pública, para que as iniciativas figurassem em seu mapa, poderiam fortalecer essa classificação. Mas o mesmo não se verificava.

Mas uma característica que atravessava o discurso das iniciativas estava bem presente. Ela dava conta da explicitação do embate entre centro *versus* periferia como princípio de atuação dos grupos de produção, estabelecendo uma oposição correlata entre mídia convencional e mídia independente. Ainda no artigo, chamou-se atenção para o fato de que, mesmo que essas iniciativas sejam associadas à utilização de tecnologia intensiva, o parâmetro espacial físico ainda fosse apropriado como definição de independência jornalística, conquanto a oposição acima indicada ainda se espraiasse para o terreno simbólico, do marginalizado socialmente.

Foi essa aparente contradição que levou Silva e Patrício (2018) a se debruçarem sobre o *ethos* discursivo dessas iniciativas, em busca de seus marcadores de territorialidade. Para além da oposição centro *versus* periferia, sobressaiu-se uma subdivisão de espaço delimitado, indo de um bairro, passando por uma cidade e chegando a ‘zonas’ de atuação, como as regiões periféricas. Foi constatado que essa delimitação de ‘ocupação’ está quase sempre vinculada a uma percepção de identidade cultural. Daí, as indagações brotaram. Como esses marcadores de ‘territórios’ impactam a própria ideia de independência dessas iniciativas, estabelecendo zonas de conflito nessa percepção? Como essas ‘regionalidades’ ditam o funcionamento dessas organizações? Mais ainda, como impactam, de forma mais específica, a ‘qualificação’ do jornalismo, outra marca dos *ethé* reconhecidos pelos grupos?

Os reflexos dos marcadores territoriais nas dimensões de independência apresentadas pelas iniciativas são o desdobramento visível que se insinuava para os

² Disponível em <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em 16/07/2019.

próximos passos da pesquisa. Considerando a importância da especificidade regional para os estudos sobre a produção do jornalismo, levando-se em consideração a pesquisa de trajetórias profissionais (PONTES, 2017), para esse artigo, especificamente, tentamos estabelecer um recorte sobre os impactos desses marcadores físico-simbólicos de regionalidades na sustentabilidade das iniciativas e sobre a práxis de seu jornalismo.

Para subsidiar essa análise, distribuimos um questionário, enviado por email, com perguntas relativas a essa discussão para oito iniciativas de jornalismo independente em plataformas digitais com atuação no Nordeste brasileiro –as mesmas que foram elencadas como mais representativas (SILVA, PATRÍCIO, 2018) em relação a seu *ethos* discursivo e marcadores territoriais. São elas Apartamento 702 (Natal), Desabafo Social (Salvador). Favela News (Recife), Marco Zero (Recife), Raízes do Mangue (Recife), Revista Gambiarra (Feira de Santana), Revista Rever (Aracaju) e Verminosos por Futebol (Fortaleza). Após os contatos, Favela News e Desabafo Social não conseguiram enviar suas respostas. O Raízes do Mangue, mesmo não estando mais em funcionamento, resolver colaborar, a partir de quando atuava. Às iniciativas, agradecemos a colaboração decisiva para as nossas análises.

2. A dimensão de sustentabilidade financeira no jornalismo

A discussão sobre a crise pela qual passa o jornalismo seria bem mais tranquila se compreendêssemos a atividade jornalística no âmbito de um fenômeno do vir-a-ser, inacabado, como todos os processos sociais (DEUZE, WITSCHGE, 2016). Pelo menos essa dimensão seria esvaziada de uma visão negativista, percebendo-se a produção jornalística como um devir. Mas, mesmo o redirecionamento da percepção não inibe a necessidade de se refletir sobre as transformações, ou ‘crises’, pelas quais passa o campo, e toda sua multiplicidade de causalidades (CHRISTOFOLETTI, 2019), incluindo a própria gestão de governança das empresas e sua credibilidade (MICK, TAVARES, 2017). Outra constatação é que, das diversas dimensões e causalidades da crise, o financiamento ganha destaque, frente à centralidade para o funcionamento dos empreendimentos.

A inserção intensiva da tecnologia nos processos produtivos do jornalismo, a multiplicidade de fontes de informações acessíveis, a possibilidade de cruzamento dos

conteúdos dos informes produzidos, todos esses e outros fatores num cenário de hiperconcorrência, ao qual vieram se somar os meios nativos digitais, estabeleceu uma correlação e um atrelamento ainda mais próximos entre gestão, credibilidade e financiamento. “(...) os modelos de negócios tradicionais do jornalismo são (parcialmente) responsáveis pelo declínio da credibilidade da imprensa, e penso que é possível que novos modelos possam ajudar a recuperá-la”, afirma C. W. Anderson, um dos autores do relatório ‘Jornalismo pós-industrial: adaptando-se ao presente’³, publicado pelo Tow Center da Universidade de Columbia em 2012 (COSTA, 2014, p. 9).

A venda de publicidade sofreu o baque da distribuição gratuita da informação, cultura incentivada pelas próprias empresas jornalísticas convencionais quando da passagem das plataformas de distribuição analógicas para as digitais. E o modelo historicamente praticado de financiamento entra em colapso (SOUZA, 2017). Novos âmbitos de relacionamento foram estabelecidos entre produtores e consumidores da informação jornalística. Decorrentes dos fatores anteriormente citados, sobreveio a possibilidade de mais interação, a insatisfação decorrente de processos interativos que não corresponderam às expectativas iniciais e a consequente perda de centralidade dos meios, enquanto produção e distribuição da informação. “É um momento em que a experimentação e a busca por inovação definem os novos empreendimentos e empreendedores.” (MARCONDES, 2018, p. 94)

A transição também pode ser momento propício a contradições, frente às incertezas presentes nos processos de inovação. Batista e Patrício (2017) perceberam que as dimensões de independência dessas iniciativas se vinculam a princípios muitas vezes presentes na prática do jornalismo das empresas convencionais. Mesmo modelos mais inovadores de estruturação ainda estão aquém de outras áreas. Por exemplo, as *staurtups* de jornalismo, que, no caso brasileiro, “não necessariamente apresentam modelo com potencial inovador; dificilmente recebem investimentos agressivos para escalar de forma global; e, por consequência, ainda não inauguram de fato um novo mercado informativo” (BERTOCCHI, 2017, p. 113). Essa tendência é percebida em outros mercados. Mesmo na Espanha, que sofreu os impactos da reestruturação

³ Disponível em <http://loja.espm.br/revista/o-jornalismo-pos-industrial>.

produtiva do capitalismo no jornalismo em momento anterior ao Brasil, há uma proximidade de percepção, em relação às iniciativas independentes digitais. “Más de la mitad de los medios analizados tienen una estructura vertical demostrando que estos medios emprendedores reflejan la organización de las grandes empresas” (MARTÍNEZ-GARCÍA, NAVARRO, 2018, p. 1455).

Mas, a nova ambientação da produção da informação jornalística poderia significar algum alento para o financiamento da mídia independente? Rocha e Bitar (2017, p. 8) acreditam que “(...) o meio jornalístico atual se torna um terreno fértil para mudanças, criatividade e inovação, principalmente no que diz respeito às iniciativas independentes que fogem do financiamento tradicional e da histórica dependência da publicidade”. Uma das formas inovadoras poderia estar vinculada ao financiamento coletivo (SOUZA, 2017).

A realidade, no entanto, traz alguns senões. Estudo realizado pela Sembramedia (2017), com 100 iniciativas de jornalismo nativas digitais de quatro países da América Latina (Brasil, Argentina, Colômbia e México), identificou uma diversificação de receitas como chave para o sucesso dos empreendimentos. Foram identificados mais de 15 tipos diferentes de fontes de receita, incluindo eventos, treinamentos, assinaturas, *crowdfunding* e publicidade nativa. Ainda em relação ao estudo, a maioria não investe o suficiente em vendas e marketing, mesmo quando eles têm tráfego suficiente para atrair receita publicitária significativa. Quando comparada a mediana da receita dos empreendimentos que têm uma equipe de vendas com a receita daqueles que não têm, “a diferença é dramática. Aqueles com ao menos um profissional de vendas reportaram mais de US\$ 117 mil em receitas anuais; aqueles com nenhum profissional de vendas declararam menos de US\$ 3.900” (SEMBRAMEDIA, 2017, p. 9).

Fígaro (2018) também encontrou a diversidade de estratégias de financiamento no que denomina de ‘arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia’, especificamente no estado de São Paulo. A partir do questionamento ‘quais as formas de sustentação da iniciativa/arranjo’ foram diagnosticados processos vinculados à publicidade, doações de pessoas físicas e jurídicas, venda de conteúdo, cursos, assinantes, editais públicos, recursos próprios do fundador ou cofundador, financiamento coletivo, trabalho voluntário, apoio/patrocínio, parcerias/projetos e outras

atividades complementares. Ou seja, articulam-se já conhecidas estratégias de financiamento vinculadas ao período industrial do jornalismo, somam-se iniciativas gestadas no período de fortalecimento da atuação das organizações não governamentais (ONGs) no Brasil e incorporam-se procedimentos derivados das facilidades proporcionadas pela inserção tecnológica e redes sociais digitais.

Outra característica dessas iniciativas é que “(...) o trabalho acaba sendo precário, no qual muitas pessoas são contratadas por demanda, para projetos pontuais e sem vínculo empregatício.” (FÍGARO, 2018, p. 207) Situação comum em outras realidades, e própria do jornalismo pós-industrial convencional. Mas, agora, com uma contradição perversa. Enquanto os jornalistas compreendem as dinâmicas estruturais que moldam suas condições de trabalho e a indústria de forma mais ampla, “os efeitos da reestruturação da indústria sobre os jornalistas são experimentados de forma individualizada: perda de emprego, renda, saúde mental e emocional em declínio e a perda de amizades e conexões sociais” (COHEN; HUNTER; Andrea, 2019, p. 15) (tradução nossa).

Mesmo em mercados em que o jornalismo pós-industrial ainda carece de consolidação, frente às ingerências decorrentes de uma cultura estatal de controle, a precarização do trabalho ocupa espaços. “Os jornalistas romenos são apanhados entre uma rocha e um lugar difícil. São oferecidas condições de trabalho que os sindicatos chamam de ‘escravo’ e, para manter esses empregos, eles têm que comprometer seus direitos editoriais padrões.” (AVĀDANI, 2017, p. 1992) (tradução nossa)

A constatação insinua, para além do trabalho precário, outra reflexão necessária. Aquela que aponta a repercussão das novas formas de financiamento sobre o conteúdo do material jornalístico produzido pelas iniciativas, que têm na independência uma das mais fortes dimensões de seus *ethé*. Até que ponto o apoio institucional a projetos editoriais específicos pode descambar para produções de *branded content*, ou conteúdos vinculados a uma marca específica, e comprometer a credibilidade das iniciativas e sua independência? “A diversificação e a prática editorial subsidiada de forma cruzada parecem fundamentais para a sobrevivência; até que ponto isso contribui para um comprometimento potencial dos padrões e valores jornalísticos, ainda não se sabe.” (WAGEMANS; WITSCHGE; DEUZE, 2016, p. 161) (tradução nossa) Uma

preocupação que já se faz sentir em ambientes onde a reestruturação produtiva do jornalismo acumulou mais expertises.

(...) em relação ao conteúdo patrocinado, ou *branded content*, este ano se perguntou na pesquisa com os profissionais pelas opiniões dos jornalistas a respeito. Para mais da metade, esta modalidade publicitária suscita dúvidas porque em algum momento pode influir na independência editorial. Há, ademais, que constatar que quase um terço dos respondentes se mostra totalmente contra, já que consideram que os meios não devem ceder sua imagem a interesses distintos dos editoriais, e admitir conteúdo encomendado ou gerado por marcas supõe uma cessão. (APM, 2018, p. 49) (tradução nossa)

Essas dificuldades, de certa forma, já rondavam os jornalistas que se estabeleceram de forma individualizada, a partir de trabalhos *freelance*, em épocas anteriores, e que podem representar questionamentos à atuação das iniciativas de jornalismo independente, quando açodadas pela premência de recursos financeiros. A relação financiamento e ética sempre foi um questionamento dirigido ao jornalismo convencional. Em torno do jornalismo independente, mais necessária ainda essa discussão. “(...) o que o trabalho no jornalismo temporário implica para o conteúdo da mídia quando uma quantidade maior do conteúdo é produzida fora das redações estabelecidas?”, pergunta Mathisen (2018, pp. 15-16) (tradução nossa), a partir da realidade do jornalismo norueguês. Uma reflexão relevante não só para o jornalismo independente, mas para o próprio papel do jornalismo enquanto um dos fiadores da democracia.

Em suma, muitos questionamentos se colocam frente às estratégias de geração de receitas das iniciativas de jornalismo independente em plataformas digitais. Inovam em relação ao jornalismo convencional? Qual a vinculação entre geração de receita publicitária e grau de independência na produção do conteúdo editorial? Quem não tem receita publicitária poderia ser mais independente? Há como conciliar independência e produção de conteúdo de qualidade, frente à indisponibilidade de recursos financeiros para os processos de produção, desde o planejamento, passando pela apuração até a veiculação da informação? E como a dimensão da regionalidade impacta as estratégias de sustentabilidade, tomando-se por base a “exaustão do modelo produtivo estabelecido nos anos 70, que, centralizado em duas cidades do país, tem dificuldades de se articular

com as realidades locais e microrregionais”, lacuna ora ocupada por “uma diversidade de produtos, ferramentas, páginas e redes viabilizadas pela internet que, por sua vez, desenvolvem modos peculiares de apreender e narrar essas realidades (...)”? (LEAL; JÁCOME; MANNA, 2014, p. 148). Dimensão regional que se insere na necessidade de se perceber o jornalismo enquanto um fenômeno histórico-social. Ao não abarcar essa dimensão, a “diversidade de formas, processos, qualidades e relações” que constitui o jornalismo seria pouco conhecida, o que representaria “uma perda importantíssima não só para sua apreensão como para a reflexão sobre as distintas realidades em que se insere e atua” (idem, p. 146).

3. Procedimentos metodológicos da análise

Selecionamos para nossa análise oito iniciativas de jornalismo independente em plataformas digitais que foram destacadas por Silva e Patrício (2018) como as mais representativas dentre aquelas que tinham como base de atuação a região Nordeste do Brasil; que constavam do Mapa do Jornalismo Independente, elaborado pela Agência Pública; e que se destacaram, na análise anterior, por trazer em seus *ethé* discursivos marcadores evidentes de territorialidade, que remetem sua produção jornalística em direção à regionalidade. São elas Apartamento 702 (Natal), Desabafo Social (Salvador). Favela News (Recife), Marco Zero (Recife), Raízes do Mangue (Recife), Revista Gambiarra (Feira de Santana), Revista Rever (Aracaju) e Verminosos por Futebol (Fortaleza). Após o estabelecimento dos contatos, Favela News e Desabafo Social não conseguiram enviar a tempo seus dados para comporem a análise. O Raízes do Mangue, mesmo não estando mais em funcionamento, resolveu colaborar, a partir de informações de quando ainda atuava.

Para subsidiar a análise, o instrumental utilizado foi um questionário de 15 perguntas abertas, enviado por email às iniciativas, que tiveram em torno de 30 dias para encaminhar as respostas. As seis primeiras questões do instrumental foram de caráter geral, para conhecimento da iniciativa. As demais, se detiveram especificamente sobre suas formas de sustentabilidade financeira e parcerias. O envio do questionário e o

recebimento das respostas aconteceram no período de 21 de junho a 20 de julho de 2019.

4. Jornalismo independente, regionalidade e financiamento

Das seis iniciativas analisadas, as duas mais longevas datam de 2012, com sete anos de atuação. Duas começaram a funcionar em 2013, embora o Raízes do Manguê esteja hoje inativo; uma em 2014; e uma tem funcionamento iniciado em 2015. Esses dados são importantes porque podem repercutir nos processos de mobilização de recursos financeiros. Podemos aferir que se trata de iniciativas com potencial de reconhecimento em suas bases de atuação, o que facilita o processo de consolidação junto a eventuais parceiros financeiros –para se ter uma ideia, geralmente editais públicos, sejam de entes estatais ou privados, costumam estipular o prazo de dois anos de atuação para estabelecer convênios com organizações sociais. E, quando institucionalizadas, esse é o marco jurídico em que podem se alocar as iniciativas de jornalismo independente, sob o grupo das ‘associações’.

Algumas expressões definem a percepção de jornalismo independente pelas iniciativas. E o direcionamento é no sentido da liberdade editorial. “Um jornalismo sem amarras e que consegue exercer o real papel na comunicação social”; “que independe de um funcionamento ‘padrão’ de redação”; “produzir matérias com independência, transparência e exatidão”; “representa uma prática que faz opção frente aos meios comerciais, sendo alternativos em seus discursos e práticas”; “comprometido em cobrir e expor as relações desiguais de poder”; “sem vínculo com grupos políticos ou instituições governamentais”.

E quais seriam os fatores que poderiam ser atrelados à atuação das iniciativas para que alcançassem essa liberdade editorial? O fator referenciado com mais ênfase recai exatamente sobre o financiamento. “Que por meio de seus leitores consegue ser auto-sustentável e produzir matérias com independência, transparência e exatidão”; “mesmo que hajam poucos recursos”; “costuma estar fora do espectro padrão de financiamento, que compreendem aqueles sustentados 100% pelos vínculos publicitários”; “Ele não pode ser subjugados por mecanismos de poder social, cultural,

político e **econômico**; “um jornalismo que busque formas alternativas de financiamento que garantam maior autonomia e independência à produção de conteúdo - especialmente em relação aos grandes grupos econômicos e aos agentes políticos mais influentes”.

A referencialidade do financiamento para uma maior independência ainda incorpora uma gradação pelas iniciativas, quando instadas a se manifestar especificamente sobre essa dimensão (indagação 14 do questionário). Maior financiamento predispõe maior independência? As perspectivas partem para uma relação direta (“Sim, poderia. Com independência financeira, poderíamos, por exemplo, nos dedicar exclusivamente ao projeto e não nos vincular a serviços de assessoria para sobrevivência.”); uma relação com a quantidade da produção (“Com certeza. Sempre sentimos falta dessa estruturação interna que pudesse alavancar nosso projeto.”; “Não diria mais independente, mas estaríamos produzindo bem mais.”; “Mais recursos nos possibilitaria produzir em maior volume e ampliar nossa inserção territorial, mas não necessariamente sermos mais independentes.”); com a qualidade indireta da produção (“(...) com financiamento poderíamos recompensar melhor o trabalho das gestoras, e dos eventuais colaboradores.”; e... depende (“No nosso caso, é bastante possível que fosse justamente o contrário. A possibilidade de que o site se tornasse mais dependente de uma influência editorial se arrecadasse mais recursos é real. Por isso acredito que o jornalismo alternativo, praticado por jornalistas empreendedores que não têm a mesma necessidade de lucro dos empresários da indústria de mídia, não será independente à medida que for tratado como negócio.”).

Sobre as formas de sustentabilidade financeira, a diversidade está presente, corroborando a tendência do jornalismo pós-industrial. Uma relação possível de ser estabelecida aproxima as formas de sustentabilidade do tipo de registro legal pelo qual atua a iniciativa. Investimento próprio dos participantes, venda de adesivos e camisetas, realização de atividades culturais, ajuda de custo de amigos, participação em editais direcionados a pessoas físicas são formas utilizadas pelas iniciativas sem registro legal, ou registradas como microempreendedores individuais (MEIs), mas que não utilizam no dia a dia as possibilidades desse registro. Duas das iniciativas ainda trabalham com veiculação de publicidade digital. Uma já abandonou essa forma de sustentabilidade

(“Iniciamos o projeto tentando nos sustentar com veiculação de banners publicitários, o que funcionou com algumas marcas até 2015, quando as marcas começaram a se desinteressar.”), o que evidencia ainda um período de transição entre o jornalismo industrial e pós-industrial.

Uma observação específica é necessária quanto à forma de sustentabilidade vinculada a investimentos próprios dos participantes. Nesse caso, os gastos não são tomados como custos efetivos, vinculados ao funcionamento da iniciativa. Desconsiderados enquanto custos efetivos, não são registrados enquanto tais. “O financiamento sempre foi nosso grande gargalo. Nunca tivemos um planejamento financeiro. Sempre levamos essa questão nas coxas.” A constatação mais flagrante é que o próprio trabalho despendido pelos participantes não é contabilizado. Essa postura pode dificultar futuras incursões em processos mais complexos de mobilização de recursos, uma feita que não se pode negociar aquilo que não está quantificável.

De uma forma ampla, a análise dos dados revela uma relação entre os marcadores territoriais de atuação dessas iniciativas, que dão conta de seu âmbito regional, e suas estratégias de financiamento. A própria diversidade de estágios de estruturação em que se encontram, mesmo com pouca diferença de seus inícios de atividades, leva a pensar em situações distintas, em realidades regionais distintas. As nuances de diferentes orientações e momentos de governos, sociedade civil, incluindo os movimentos sociais, e empresariado por si só seriam justificativas defensáveis para que se estabeleçam estudos específicos sobre as estratégias de financiamento e parcerias estabelecidas por essas iniciativas regionais de jornalismo independente.

Organizações regionais que defendem suas peculiaridades em discurso e ação têm diferenciações enquanto estratégias de financiamento e parcerias. Restringindo mais o rol de ‘organizações’, iniciativas de jornalismo independente em plataformas digitais da Região Nordeste do Brasil têm peculiaridades em suas formas de mobilizar e gestar recursos financeiros. Retomando as indagações que deram origem a esse artigo, em Silva e Patrício (2018) fazíamos alguns questionamentos. Um deles nos conduziu às reflexões atuais. Como essas ‘regionalidades’ ditam o funcionamento dessas organizações? Tentando estabelecer um recorte, no âmbito do funcionamento, quais os impactos desses marcadores físico-simbólicos de territorialidade na sustentabilidade das

iniciativas? Tentamos trazer, aqui, as condicionantes dessa sustentabilidade financeira. Mas podemos ir além, e estabelecer alguns parâmetros de vinculação específicos entre regionalidade e financiamento, no âmbito dessas condicionantes. As formas de sustentabilidade financeira e as parcerias estabelecidas pelas iniciativas em torno de seu funcionamento podem indicar alguns elementos.

“Não tivemos alcance de sermos financiados por nossos seguidores”, atesta uma iniciativa; “vendemos colunas específicas (...) em troca de itens”, afirma outra; “Pedimos ajuda de custo para professores universitários parceiros, alguns ajudaram com 50 outros mais”, indica uma terceira; “Já fizemos uma série de parcerias para o sorteio de produtos via redes sociais (livros, DVDs, camisas e artigos de futebol), de forma que isso beneficiasse a ambos os lados, e ainda contemplasse leitores.”; “realizamos parceria de produção de conteúdo com outros grupos de jornalismo independente”; “contamos com contribuições de assinantes”; “Essas parcerias costumam ser firmadas com empreendimentos locais com período de execução definida.”; “Os espaços publicitários vendidos este ano foram realizadas com produtoras culturais, associações, ONGs e marcas locais com o objetivo de dar mais visibilidade a estes trabalhos.”

Embora a diversidade de formas de sustentabilidade seja explícita, os discursos apontam para uma correlação entre a mobilização de recursos e apoiadores locais –o perfil dos apoiadores e parceiros indica essa situação, com uma única exceção, embora pareça sobre essa a temeridade sobre a continuidade de recursos.. A proximidade territorial física ainda parece ser um elemento definidor no momento de captar recursos, para as iniciativas que demarcam, física e/ou simbolicamente, sua atuação. Esse mesmo perfil também aponta que os apoiadores locais, de uma maneira ou de outra, participam do espectro ideológico das iniciativas, de jornalismo independente. O que limita o arco da captação de recursos, pelo receio, talvez, da ingerência que possa resultar no conteúdo editorial produzido, ou mesmo a incompatibilidade de propósitos –certamente empresas tradicionais e governos vinculados a movimentos políticos de direita não seriam procurados. A busca de apoiadores dentre os consumidores da informação ainda é um movimento tímido, que, quando reforçado, poderia estabelecer a base de captação local de recursos.

5. Considerações finais

As primeiras considerações são em torno dos limites desse artigo. A partir das informações recolhidas, percebemos quão ampla é a dimensão da discussão sobre financiamento e iniciativas de jornalismo independente, mesmo considerando que o financiamento sempre foi pauta da pesquisa jornalística e que seja apenas uma das vertentes da ‘crise’ enfrentada pelo jornalismo. A incursão inicial que fazemos incorpora a ligeireza com que os dados, aqui tratados, foram levantados. Assumimos esse risco levando-se em consideração a importância de se colocar a questão para diálogo da pesquisa acadêmica.

Inicialmente, a necessidade de uma base de dados mais ampla. Mesmo com a representatividade do qualitativo, o quantitativo, na discussão sobre financiamento, pode ser revelador de direcionamentos e estratégias. E pensando que, a partir do escopo do artigo, apenas iniciativas do Nordeste do Brasil foram recenseadas. Imagine-se a diversidade de dados quando incorporadas, e em maior número, iniciativas de jornalismo independente de outras regiões do Brasil, enfatizando o que já havíamos colocado sobre a importância das realidades, e especificidades, regionais, para a pesquisa em jornalismo.

Também resultante dessa ligeireza, algumas categorias de dados poderiam ser aprofundadas. O detalhamento do perfil das parcerias e formas de sustentabilidade, se locais, regionais, nacionais e internacionais, seria uma delas. Os planos de negócios, quando existentes, seriam fontes de consultas privilegiadas para a discussão. A relação do perfil individual do gestor/mobilizador de recursos vinculado à iniciativa e a rede de *stockholders* amalhada pela área de sustentabilidade financeira também aprofundaria o conhecimento sobre a temática. O dilema de quem mobilizam-se mais recursos com a estruturação de uma área de gestão financeira mas recursos são necessários para estruturar essa área poderia ser lembrado de forma mais detida.

Voltando-se de forma mais específica ao jornalismo, uma opção de sustentabilidade financeira para as iniciativas em jornalismo independente repousaria sobre uma relação diferenciada com seus consumidores de informação, vinculada a uma estratégia de proximidade de atuação local? A regionalidade, nesse caso, representaria

um trunfo para essas iniciativas? No entanto, quais seriam os diferenciais necessários para que essa relação, entre iniciativas e usuários de suas informações, ultrapassasse a lógica rasteira de que ‘eu pago, eu consumo’? Como estabelecer qualitativamente outras formas de relacionamento, dentro de um paradigma assentado historicamente numa mera relação quantitativista-monetária? Uma maior transparência, incluindo o processo de produção editorial, poderia ser um desses elementos diferenciais?

Fala-se da necessidade de uma gestão profissional da área financeira dessas iniciativas de jornalismo independente. O tratamento do jornalismo como negócio, conservando os princípios da responsabilidade social, interesse público e ética é possível? Quais seriam as inovações possíveis, quando tomada a longa experiência do jornalismo convencional nesse âmbito? Uma melhor análise dos parâmetros dos contratos, das parcerias, dos editais que fornecem os recursos financeiros para as iniciativas poderiam dar conta da qualificação das fontes de recursos no processo de independência. Não necessariamente ao direcionamento editorial em si, mas um direcionamento temático, pelos interesses dos parceiros. O perfil dos doadores do *crowdfunding*? Seriam locais? Haveria uma correlação entre esses apoios e um jornalismo de base local?

Que sigam as pesquisas...

Referências

- APM. Asociación de la Prensa de Madrid. Informe Anual de la Profesión Periodística, 2018.
- AVĂDANI, Ioana. Of Journalists and Money: The Employment of Journalists in Romania and its Influence on Media Freedom and Quality. **International Journal of Communication** - 11 – 2017.
- BATISTA, Raphaelle. PATRÍCIO, Edgard. Elementos de identidade jornalística em autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais. **15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. ECA/USP – São Paulo – Novembro de 2017. Disponível em <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/740/355>.
- BERTOCCHI, Daniela. Startups de jornalismo: desafios e possibilidades de inovação. **Contemporânea** - Comunicação e Cultura - v.15 – n.01 – jan-abr 2017.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?** Estação das Letras e Cores, 2019.

COHEN, Nicole S.; HUNTER, Andrea; O'DONNELL, Penny. Bearing the Burden of Corporate Restructuring: Job Loss and Precarious Employment in Canadian Journalism. **Journalism Practice**. 2019.

COSTA, Andriolli. Jornalismo Pós-Industrial – Crises permanentes, turbulências constantes. **Revista do Instituto Humanitas Unisinos**. Nº 447 - Ano XIV – 2014.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. O que o jornalismo está se tornando. **Parágrafo**. JUL/DEZ. V.4, N.2. 2016.

FÍGARO, Roseli (Org.). **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA/USP, 2018. Disponível em http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp-content/uploads/E-book_FIGARO_As-rela%C3%A7%C3%B5es-de-comunica%C3%A7%C3%A3o-e-as-condi%C3%A7%C3%B5es-de-produ%C3%A7%C3%A3o-no-trabalho-de-jornalistas-em-arranjos-econ%C3%B4micos-alternativos-%C3%A0s-corpora%C3%A7%C3%B5es-de-m%C3%ADdia-2.pdf.

LEAL, Bruno Souza; JÁCOME, Phellipy; MANNA, Nuno. A “crise” do jornalismo: o que ela afirma e o que ela esquece. **Líbero** – São Paulo – v. 17, n. 34, p. 145-154, jul./dez. de 2014.

MARCONDES, Dal. Modelos de financiamento de projetos de jornalismo em plataformas digitais. In: RIBEIRO, Daniela; MARCONDES, Dal; CAPOANO, Edson (Org.). **Como se banca o jornalismo?** Modelos, tendências e reflexões sobre o financiamento de mídia. São Paulo: (s/n), 2018. Disponível em <https://drive.google.com/file/d/1RqSneZYIpuF-QG2rWxp1oY38RAWaS32L/view>.

MARTÍNEZ-GARCÍA, Luisa; NAVARRO, Celina. Organización laboral y perfiles profesionales de los nuevos medios digitales españoles creados por periodistas en tiempos de crisis. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**. 24 (2) 2018.

MATHISEN, Birgit Røe. Ethical Boundaries among Freelance Journalists. **Journalism Practice**. 2018.

MICK, Jacques; TAVARES, Luisa Meurer. A governança do jornalismo e alternativas para a crise. **Brazilian Journalism Research**. Volume 13 - Número 2 - Agosto – 2017.

PONTES, Felipe Simão. Crise e mercado de trabalho: trajetórias profissionais de jornalistas no Brasil (2012-2017). **XXVI Encontro Anual da Compós**. 2018.

ROCHA, Liana Vidigal; BITAR, Marina. Financiamento no jornalismo pós-industrial: considerações sobre o *crowdfunding* no Brasil. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**. Brasília, v. 7, n. 20, jan./jun. 2017.

SEMBRAMEDIA. Impacto, ameaças e sustentabilidade: um estudo dos empreendedores digitais latino-americanos. 2017. Disponível em <http://data.sembramedia.org/?lang=pt-br>.

SILVA, Naiana Rodrigues. PATRÍCIO, Edgard. Territorialidade e *ethos* em iniciativas de jornalismo independente do Nordeste. **16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**.

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo
17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo
Universidade Federal de Goiás (UFG) – Goiânia (GO) – Novembro de 2019

.....

FIAM/FAAM – São Paulo – Novembro de 2018. Disponível em <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1511/934>.

SOUZA, Vinicius. Quem é que vai pagar por isso? Um olhar sobre os modelos de negócio no jornalismo em mídias digitais. **ALTERJOR**. Ano 08 - Volume 02 - Edição 16 - Julho-Dezembro de 2017.

WAGEMANS, Andrea; WITSCHGE, Tamara; DEUZE, Mark. Ideology as Resource in Entrepreneurial Journalism: The French online news startup Mediapart. **Journalism Practice**. Vol. 10, No. 2. 2016.