

Atualização do Mapa do Jornalismo Independente no Brasil: modelos de negócio em funcionamento

Update of the Map of Independent Journalism in Brazil: business models in operation

Stefanie Carlan da Silveira

Alessandra Natasha Costa Ramos

Resumo: *Este trabalho propõe uma atualização do Mapa do Jornalismo Independente do Brasil, lançado pela Agência Pública em 2016. Considerando que o levantamento virou ponto de partida para muitas pesquisas acadêmicas, faz-se necessário atualizá-lo a fim de ampliar a compreensão acerca dos modelos de negócio que estão se demonstrando sustentáveis para o jornalismo. A investigação parte das 217 iniciativas presentes no Mapa, filtrando as jornalísticas e categorizando-as em ativas, inativas e híbridas. Ao final, 77 estavam encerradas e, dentre elas, a maioria foi desativada por dificuldades financeiras.*

Palavras-chave: *mapa do jornalismo independente; arranjos jornalísticos; sustentabilidade.*

Abstract: *This work proposes an update of the Map of Independent Journalism of Brazil, launched by Agência Pública in 2016. Considering that the survey became a starting point for many academic researches, it is necessary to update it in order to broaden the understanding about the models of business that are proving to be sustainable for journalism. The investigation starts from the 217 initiatives present on the Map, filtering the journalistic ones and categorizing them into active, inactive and hybrid. In the end, 77 were closed and, among them, the majority were deactivated due to financial difficulties.*

Keywords: *independent journalism map; journalistic arrangements; sustainability.*

Introdução

As ramificações econômicas resultantes da alteração do paradigma de comunicação têm impacto direto no setor jornalístico e desempenham um papel crucial na formação de “novos arranjos econômicos relacionados ao trabalho dos jornalistas” (FIGARO, 2018). De acordo com a autora, “a crise que abala o modelo de negócios das empresas jornalísticas, a eliminação de postos de trabalho e a reconfiguração dos processos de produção desafiam o futuro da profissão” (2018, p. 17). Portanto, quer seja para enfrentar a crise ou para apresentar uma alternativa à mídia tradicional, jornalistas e outros profissionais da comunicação têm investido na inovação (SILVEIRA, 2022) de produtos, métodos e estruturas de negócios para a concepção de projetos de mídia. Essas iniciativas, têm papel essencial para compreender o ecossistema midiático atual (JARVIS, 2014), no qual novas lógicas têm aberto possibilidades a novos atores e práticas do campo jornalístico (ZAMITH; BRAUN, 2019) provavelmente como nunca antes.

Há proliferação de modelos nativos digitais diferentes do jornalismo convencional/hegemônico praticado pelas empresas de legado. Esta é uma realidade no Brasil e na América Latina. De acordo com o relatório *Ponto de Inflexão*, da Sembramedia (2017, p. 6), desde que o primeiro empreendimento do estudo foi fundado, em 1998, “centenas de meios nativos digitais surgiram na região e cresceram para atingir milhões de leitores”.

Organizados, muitas vezes, de forma horizontal em cooperativas ou sob a forma de associação sem fins lucrativos, esses novos atores que surgem no jornalismo digital – ou como Christofolletti e Silva (2018, p. 159) preferem chamá-los: essas “novas experiências de jornalismo” – são, geralmente, “empreendimentos recentes que se contrapõem, em alguma medida, ao modelo de jornalismo convencional”. Conforme explicitado por Saad e Silveira (2021), a criação de iniciativas independentes no Brasil e na América Latina acaba sendo uma “saída para o para o próprio jornalismo, já que essas novas empresas são capazes de lidar com temas e públicos de nicho esquecidos pela mídia tradicional.

Além disso, essas iniciativas também estão distantes do legado da ditadura e da supervisão estatal da mídia tradicional” (p. 2).

Devido à grande diversidade entre eles, é desafiador encontrar uma definição que seja capaz de abranger todas essas novas experiências de que falam Christofolletti e Silva (2018, p. 159), que “buscam se diferenciar do modelo hegemônico no campo”. Numa tentativa de localizar essas iniciativas, a Agência Pública, ela própria parte desse ecossistema, publicou o *Mapa do Jornalismo Independente*¹. O levantamento, “uma iniciativa inédita que visa contribuir para a visibilidade da cena independente na mídia brasileira” (SILVA, 2017, p. 78), se tornou referência em estudos acadêmicos que tratam de arranjos econômicos alternativos aos conglomerados de mídia no Brasil. No entanto, os meios nativos digitais reunidos na amostra datam até fevereiro de 2016.

Assim, este trabalho propõe uma atualização do Mapa, uma vez que este se tornou um ponto de partida para muitas pesquisas que investigam o tema. Exemplo disso é o estudo conduzido pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da Universidade de São Paulo (CPCT da USP), para o qual o Mapa foi essencial nas etapas iniciais de levantamento da amostra: “partiu-se do mapa (lista) da Mídia Independente indicado pela Agência Pública [...] para compor os informantes da pesquisa” (FIGARO, 2018, p. 34-35). Ao propor uma atualização do Mapa, esta pesquisa busca ampliar a compreensão acerca de quais modelos de negócio se demonstram sustentáveis e viáveis para o jornalismo brasileiro na atualidade. Para isso, esta pesquisa utiliza métodos quantitativos e qualitativos desenhados especificamente para o trabalho.

Numa primeira etapa, realizou-se o levantamento das 217 iniciativas presentes no Mapa, a fim de distinguir as que permanecem ativas das que estão encerradas ou inativas. Empregaram-se como métodos a observação sistemática de sites e coleta de informações nestes, além da aplicação de questionário com roteiro de perguntas abertas e fechadas, para verificar informações que não puderam ser encontradas com as técnicas de coletas anteriores.

1 Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em 23 fev. 2023.

O percurso metodológico desta pesquisa foi, inicialmente, realizar o levantamento e categorização das iniciativas mapeadas que se encontram: a) ativas (em funcionamento) e b) encerradas ou inativas (desatualizadas há mais de seis meses). Depois, dentro das ativas, buscou-se verificar quais são de fato projetos jornalísticos, utilizando a metodologia do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) da Universidade de São Paulo (USP) (FIGARO, 2018). Após esse levantamento e triagem, chegou-se a uma amostra atualizada dos meios jornalísticos ativos e dos arranjos desativados/inativos, para os quais foi enviado um questionário de pesquisa com questões que investigam os motivos de estes estarem nesse estado.

Sobre o Mapa do Jornalismo Independente

Fundada em 2011, a Agência Pública é uma agência brasileira de jornalismo investigativo e independente. Ela reuniu entre novembro de 2015 e fevereiro de 2016 uma amostra de iniciativas de jornalismo independente no Brasil que foi publicada em março de 2016 com o título de Mapa do Jornalismo Independente (SILVA, 2017). Com projetos criados entre 1995 e 2015, o levantamento da Pública identificou “iniciativas nativas da internet consideradas independentes de grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas” (SILVA, 2017, p. 78). Os critérios da seleção foram²: 1) organizações que produzem primordialmente conteúdo jornalístico; 2) organizações que nasceram na rede; 3) projetos coletivos, que não se resumem a blogs; e 4) sites não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas (PÚBLICA, 2016b).

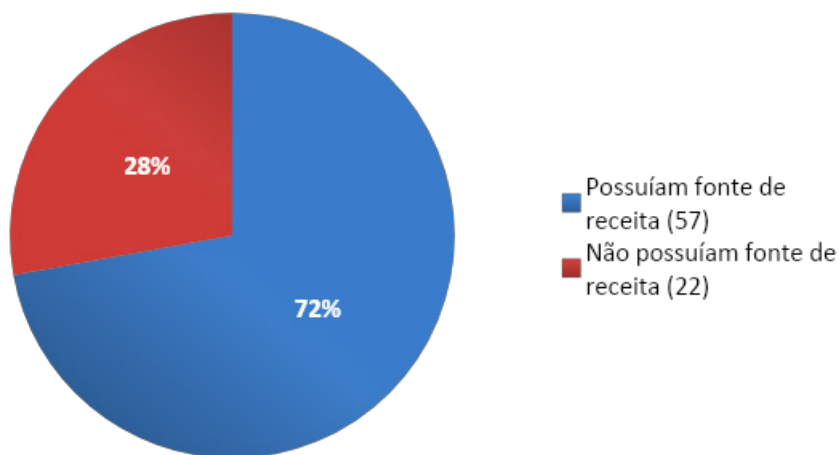
Segundo o site da Pública (2016b), após um levantamento inicial, a agência chegou a pouco mais de 100 iniciativas. A partir daí, foi enviado um questionário a estes veículos a fim de confirmar o alinhamento aos critérios estabelecidos para o estudo. Para isso, a Pública elaborou um formulário e pediu aos veículos selecionados que respondessem e

2 Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/metodologia/>. Acesso em: 26 fev. 2023.

indicassem outras organizações que se encaixavam no escopo da amostra, aproximando-se da técnica de *Snowball*³.

Após a filtragem, a Pública mapeou 79 arranjos em 12 Estados e no Distrito Federal. Ainda de acordo com a Pública, “a partir de 2006, é possível observar o surgimento de ao menos um veículo por ano. De 2013 para 2014, a fundação de novas organizações saltou de cinco para 18” (PÚBLICA, 2016a, online). A partir do seu levantamento, a agência verificou que, diferentemente da maioria das empresas jornalísticas hegemônicas no país, a maioria dos veículos observados não possuía fins comerciais: “Entre as 79, 32 [41%] têm caráter comercial e 47 [59%] são sem fins lucrativos”. Além disso, também foram investigadas as formas com as quais esses meios se sustentavam. Assim, dos 79 projetos, 57 (72%) possuíam alguma forma de financiamento, enquanto 22 (28%) não contavam com nenhuma (Gráfico 1).

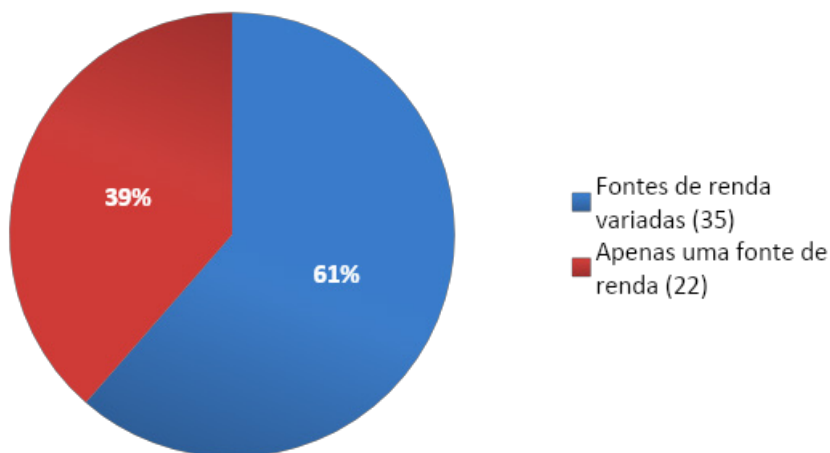
Gráfico 1: Quantos arranjos do Mapa em 2016 possuíam fontes de receita



Fonte: elaborado pelas autoras com base em PÚBLICA, 2016a, online

3 A técnica metodológica de *Snowball* (BALDIN e MUNHOZ, 2011, p. 332) consiste em uma forma de amostra “não probabilística utilizada em pesquisas sociais onde os participantes iniciais de um estudo indicam novos participantes que por sua vez indicam novos participantes e assim sucessivamente, até que seja alcançado o objetivo proposto (o ‘ponto de saturação’).”

Gráfico 2: Classificação dos arranjos do Mapa com pelo menos uma fonte de renda em 2016



Fonte: elaborado pelas autoras com base em PÚBLICA, 2016a, online

A fonte de receita mais utilizada entre as 32 organizações com fins comerciais foi a publicidade (13 - 40,62%). Já das 47 iniciativas sem fins lucrativos, apenas sete veículos (14,89%) mencionaram o uso. O modelo de financiamento predominante neste segmento foi a doação de pessoas jurídicas (15 - 31,91%). Não contavam com fontes de receita 18 (38,30%) destes meios. Entre os 32 arranjos com fins comerciais, esse número cai para sete (21,88%).

Por ser uma ferramenta interativa, o Mapa da Pública conta também com contínuas indicações dos leitores, que incluíram quantidade significativa de iniciativas que não necessariamente atendem aos critérios de seleção previamente estabelecidos. Foram incluídos no Mapa outros 138 arranjos selecionados pelo público, de modo que o levantamento possui atualmente⁴ 217 iniciativas.

4 Situação observada em 24 de set. 2021.

Categorização das iniciativas e atualização do Mapa do Jornalismo Independente

Utilizando-se do *corpus* total do Mapa do Jornalismo Independente, esta investigação coletou informações acerca das 217 iniciativas. Inicialmente, realizou-se um levantamento sobre o *status* dos arranjos do Mapa e, na sequência, sua categorização em: a) ativos; e b) encerrados ou inativos. Foram considerados **encerrados** os arranjos cujos sites não puderam ser acessados, por estarem desativados, e suas páginas no Facebook inexistentes ou desatualizadas há mais de seis meses; ou quando a informação do encerramento estava publicada. Considerou-se **inativos** os projetos cujos sites e páginas no Facebook estavam desatualizados há mais de seis meses. Todos os arranjos que possuíam sites em funcionamento e atualizados foram considerados **ativos**⁵.

O período mínimo de seis meses para considerar uma iniciativa como inativa foi estabelecido tendo em vista as flutuações na frequência de publicações típicas das iniciativas jornalísticas independentes. A abordagem jornalística adotada por esses arranjos não se alinha com a lógica de constante periodicidade da grande mídia, caracterizada por breves e frequentes intervalos entre as publicações. No caso dos arranjos, é comum observar intervalos prolongados e certa variabilidade nas atualizações, o que não necessariamente indica o encerramento da iniciativa, mas ressalta que a periodicidade na mídia independente é diferente daquela vigente na mídia tradicional hegemônica.

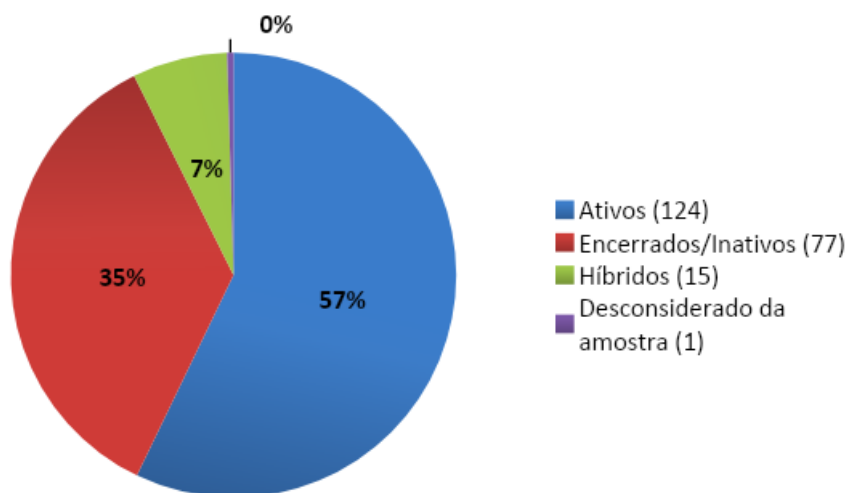
Assim, verificou-se que dos 217 arranjos presentes naquele momento no *Mapa do Jornalismo Independente*, 124 (57,14%) permaneciam ativos e 77 (35,48%) encontram-se encerrados ou inativos. Optou-se por desconsiderar um (0,46%) dos arranjos, a rede Libertar.org, por não haver em seu site data de publicação, tampouco uma indicação, tanto no

5 A presente investigação deriva de uma pesquisa maior realizada para trabalho de dissertação, na qual foi aplicado também modelo de questionário direcionado às iniciativas jornalísticas ativas do Mapa do Jornalismo Independente, para investigar aspectos de seus modelos de negócio.

site quanto no Mapa, de suas redes sociais onde poderia ser verificado se este arranjo está ativo ou não.

Durante o processo de levantamento de dados, identificou-se ainda um terceiro grupo que não estava previsto inicialmente: iniciativas cujos sites estavam encerrados ou desatualizados por mais de seis meses, mas que mantinham suas páginas no Facebook atualizadas. Quinze (6,91%) arranjos foram categorizados como um grupo híbrido.

Gráfico 3: Status dos arranjos do Mapa do Jornalismo Independente atualizado



Fonte: elaborado pelas autoras

Quadro 1: Mapa do Jornalismo Independente atualizado: arranjos encerrados/inativos⁶

	Nome	URL ⁷
1	Vozerio	http://www.vozerio.org.br/
2	Repórter de Rua	http://reporterderua.org/
3	BRIO	http://briohunter.org/
4	Oppina	http://www.oppina.com/
5	Fluxo	http://www.fluxo.net/
6	Estopim	http://www.estopimcoletivo.com
7	Acurácia	http://www.acuracia.com.br/
8	Desneuralizador	https://www.youtube.com/channel/UCMFQDHDHS51h5RzQnfjWkNg
9	Outra Cidade	http://outracidade.com.br/
10	Ecodesenvolvimento	http://www.ecod.org.br/
11	Projeto Andarilha	http://projetoandarilha.com/
12	Outros400	http://www.outros400.com.br/
13	Jornal Comunitário Vozes da Vila Prudente	http://www.vozesdavilaprudente.com/
14	Overrated	http://overrated.com.br/
15	Bichos Geeks	http://www.bichosgeeks.com
16	Revista Vírus	https://www.facebook.com/virusplanetario
17	VERTICES Inconfidentes	http://verticesinconfidentes.com.br/
18	Raízes do Mangue	https://raizesdomangue.wixsite.com/
19	VIVAA DANÇA	youtube.com/vivaadanca
20	Canal Plá	http://www.canalpla.com/
21	Revista DR	http://www.revistadr.com.br/
22	Formiga.me	http://formiga.me
23	Freak Market	https://freakmarket.com.br/
24	Bang Bang	https://medium.com/bang-bang

6 Situação em 21 de outubro de 2021.

7 Embora se saiba que muitos dos sites das iniciativas encerradas/inativas não possam mais ser acessados por estarem desativados, tomou-se o cuidado de incluir essa informação neste quadro a título de registro desses endereços e também como mais um elemento de identificação do arranjo, além do nome. Buscou-se também incluir os últimos endereços utilizados pelos arranjos: os que estavam indicados em suas páginas no *Facebook*.

	Nome	URL ⁷
25	revista o Viés	http://revistaovies.com/
26	Cogito Coletivo	https://www.instagram.com/cogitocoletivo/ ⁸
27	QuatroV - 4V	http://4v.quatrov.com.br
28	Revista Cajá	http://revistacaja.com/
29	Revista Cardamomo	http://www.revistacardamomo.com/
30	Reinventar Jornalista	http://reinventajornalista.com.br/
31	Las Abuelitas	http://www.lasabuelitas.com
32	Game Prime	http://www.gameprime.com.br/
33	Frida Diria	http://www.fridadiria.com/
34	Rio de Graça	http://www.riodegraca.com/
35	Serviço de Utilidade Pública (SUP)	http://www.supmidialivre.com.br/
36	Ano Zero	http://ano-zero.com/
37	Ovelha Mag	http://ovelhamag.com/
38	Rádio RBC	http://www.radiorbg.com
39	Na Cuia	http://nacuia.com.br/
40	Portal em Pauta	www.portalempauta.com.br
41	Arte Tv Rádio Tv Web	http://artetv10.wix.com/artetv
42	O Novelo	http://www.onovelo.com.br/
43	Risca Faca	http://riscafaca.com.br/
44	Rio na Rua	http://www.rionarua.org/
45	Nós2	http://www.nos2.co/
46	Canal Ibase	http://www.canalibase.org.br/
47	O Barato de Floripa	http://obaratodefioripa.com.br/
48	Revista Vaidapé	http://vaidape.com.br/
49	RockinPress	http://www.rockinpress.com.br
50	Revista Megafonia	http://megafonia.info/
51	Revista Geni	http://revistageni.org/
52	Clichetes	https://clichetes.com.br/

- 8 O *Cogito Coletivo* não possuía indicação de site/plataforma própria no Mapa do Jornalismo Independente nem em seu perfil no *Instagram* (sua página no *Facebook* indicada no Mapa estava desativada). Por isso, foi incluída a URL do seu perfil no *Instagram*. Situação em: 25 out. 2021.

	Nome	URL ⁷
53	Calle2	http://www.calle2.com/
54	Move that Jukebox	http://movethatjukebox.com/
55	Revista Poleiro	https://revistapoleiro.com.br/
56	Trombone	https://medium.com/trombone-media
57	Pés descalços produções	https://www.youtube.com/channel/UCgFi3xfwvprmOCR2Yj1TZxg
58	Afreaka	http://www.afreaka.com.br/
59	Revista Paralela	http://issuu.com/paralela7/docs/paralelax_issuu_c15c875171ffd1
60	Candeia	http://www.candeia.jor.br/
61	Diário Liberdade	http://www.diarioliberalidade.org/
62	New Yeah	http://www.newyeahmusica.com/
63	Farol Reportagem	http://www.farolreportagem.com.br/
64	plus55.com	http://plus55.com
65	Murdoque.com	http://murdoque.com.br/
66	Maria Pauteira	http://www.mariapauteira.com.br/
67	Azoofa	http://www.azoofa.com.br/
68	Esquiva	http://www.esquiva.org/
69	Jornalismo B	http://www.jornalismob.com/
70	Degenerando Neurônios	https://degenerandoblog.wordpress.com/
71	Projeto Gente Extraordinária	https://www.facebook.com/ProjetoGenteExtraordinaria
72	Agência PLANO	http://www.agenciaplano.com/
73	Brasis	http://brasis.vc/
74	Canal Paralelo	http://www.youtube.com/canalparalelobr
75	Multimundi	http://multimundi.org/
76	Vozes do Sul	http://www.vozesdosul.com.br/
77	Maruim	http://maruim.org/

Fonte: elaborado pelas autoras

Quadro 2: Mapa do Jornalismo Independente atualizado: arranjos híbridos⁹

	Nome	URL
1	TV Restinga na Web	http://www.tvrestinganaweb.com.br/
2	Pimentaria	http://napimentaria.com.br/
3	Futebol de Campo	https://www.futeboldecampo.net/
4	Jornal do Nativismo	http://www.nativismo.com.br/
5	Rede de Informações Anarquista (RIA)	https://redeinfoa.noblogs.org/
6	ScienceBlogs	http://scienceblogs.com.br/
7	Rede Colaborativa iTEIA de Cultura, Arte e Informação	http://www.iteia.org.br
8	Ecos da Periferia	http://ecos-periferia.blogspot.com.br/
9	Portal da Várzea	http://portaldavarzea.com/
10	Cidades para Pessoas	http://www.cidadesparapessoas.com/
11	Agência Anota	https://www.facebook.com/AgenciaAnota/
12	Revista Rever	https://reveronline.com/
13	Favela News	http://www.favelanews.org/
14	Papo Reto	https://coletivopaporeto.org/
15	Democratize	https://www.portaldemocratize.com.br/

Fonte: elaborado pelas autoras

Dentro do conjunto de 124 arranjos em atividade, procurou-se confirmar se estes eram genuinamente iniciativas jornalísticas ou apenas sites que produziam conteúdo com interesse noticioso. Isso se deve ao fato de que uma parte significativa dos arranjos listados no Mapa foi sugerida pelos leitores e, portanto, não necessariamente aderiu à metodologia estabelecida pela Agência Pública.

A verificação realizada neste estudo segue a abordagem proposta pela pesquisa do CPCT da USP, que utiliza como critérios: a) aqueles que se autodenominam iniciativas jornalísticas; e/ou b) que contam com jornalistas em sua equipe de condução; e/ou c) que apresentam indicativos da prática jornalística, como “elementos enunciativos que caracterizam as

9 Situação em 21 de outubro de 2021.

atividades jornalísticas” - tais como: reportagens, notícias, investigações, entrevistas, revistas, pautas e matérias (FIGARO, 2018, 69).

Para aplicação deste filtro, inicialmente, buscou-se a identificação de pelo menos um desses três elementos em textos de apresentação dos arranjos seja em seus sites ou em suas respectivas páginas no *Facebook*. Assim, foram classificados como não-jornalísticos 17 arranjos ativos do Mapa. Uma segunda etapa de checagem foi realizada, por meio do envio, pelo e-mail ou *Whatsapp*, das seguintes perguntas: “Vocês se identificam como uma iniciativa jornalística? Há jornalistas na equipe?”. Dos 17 arranjos identificados como não-jornalísticos, seis responderam¹⁰ e três (*Papo de Homem*, *Blogueiras Negras* e *Ciranda Internacional da Comunicação Independente*) foram reincluídos no grupo dos meios jornalísticos ativos. Eliminando-se os arranjos não-jornalísticos do grupo dos ativos, têm-se os projetos jornalísticos que permanecem em funcionamento no novo Mapa do Jornalismo Independente:

Quadro 3: Mapa do Jornalismo Independente atualizado: arranjos jornalísticos ativos¹¹

	Nome	URL
1	Envolverde	http://www.envolverde.org.br
2	Revista Capitolina	http://revistacapitolina.com.br/
3	Azmina	http://azmina.com.br/
4	Volt Data Lab	http://www.voltdata.info/
5	Revista Berro	http://revistaberro.com/
6	Lado M	http://www.lado-m.com/
7	#Colabora	http://www.projetcolabora.com.br/
8	Jornalistas Livres	https://jornalistaslivres.org/
9	Passapalavra	http://www.passapalavra.info/
10	Ponte	http://www.ponte.org/
11	Marco Zero Conteúdo	http://marcozero.org/

10 Respostas recebidas até 23 de outubro de 2021.

11 Situação em 23 de outubro de 2021.

	Nome	URL
12	Livre.Jor	http://livre.jor.br/
13	Justificando	http://www.justificando.com/
14	Aos Fatos	http://aosfatos.org
15	Porvir	http://porvir.org/
16	Papo de Homem	http://www.papodehomem.com.br/
17	Agência Mural	http://agenciamural.com.br/
18	Congresso em Foco	http://congressoemfoco.uol.com.br/
19	Nexo	https://www.nexojornal.com.br/
20	Amazônia Real	http://amazoniareal.com.br/
21	Nós, Mulheres de Periferia	http://nosmulheresdaperiferia.com.br/
22	Mídia Ninja	https://midianinja.org/
23	Jota	http://www.jota.info/
24	Repórter Brasil	http://reporterbrasil.org.br/
25	Viomundo	http://www.viomundo.com.br/
26	Puntero Izquierdo	https://medium.com/puntero-izquierdo
27	Opera Mundi	http://operamundi.uol.com.br/
28	Gênero e Número	http://www.generonumero.media/
29	Rio on Watch	http://www.rioonwatch.org/
30	Agência de reportagem Saiba Mais	http://www.saibamais.jor.br/
31	Farofafá	http://www.farofafa.com.br
32	#MinhaBrasília	http://www.youtube.com/minhabsb
33	Apartamento702	http://www.apartamento702.com.br
34	Mulher no Cinema	http://www.mulhernocinema.com
35	Global Voices Online Lusofonia	https://pt.globalvoices.org/
36	Peneira Musical	http://www.peneiramusical.com.br
37	Jornalismo Júnior	http://jornalismojunior.com.br/
38	Assiste Brasil	http://assistebrasil.com.br
39	Nova Imprensa	http://www.novaimprensa.com/
40	Papo Reto	https://paporeto.net.br/
41	Revista Gambiarra	http://revistagambiarra.com.br/
42	Portal Giro	http://www.portalgiro.com

	Nome	URL
43	Revista Afirmativa	http://revistaafirmativa.com.br/
44	Inclusive - Inclusão e Cidadania	http://www.inclusive.org.br
45	Jornal O Duque	http://www.oduque.com.br
46	Conexão Israel	http://www.conexaoisrael.org/
47	O Antagonista	http://www.oantagonista.com
48	Agência de Comunicação Comunitária de Manguinhos	https://falamanguinhos.com/
49	Tramp	http://www.tramp.com.br/
50	GoAd Media	http://www.goadmedia.com.br
51	Independente	http://independente.jor.br/
52	Blasting News Brasil	http://br.blastingnews.com
53	Parágrafo 2	https://paragrafo2.com.br/
54	Outros Críticos	http://www.outroscriticos.com
55	Jornal O Cidadão	http://jornalocidadao.net/
56	Revista Beira	https://medium.com/revista-beira
57	Esquina Democrática	http://www.esquinademocratica.com/
58	Verminosos por Futebol	http://www.verminososporfutebol.com.br/
59	MigraMundo	http://migramundo.com/
60	Projeto Draft	http://www.projetodraft.com
61	InfoAmazônia	http://infoamazonia.org/
62	Farol Jornalismo	http://faroljornalismo.cc/
63	Desenrola E Não Me Enrola	http://desenrolaenaomenrola.com.br/
64	Jornal Fala Roça	http://www.falaroca.com
65	Coletivo Catarse	http://coletivocatarse.com.br/
66	Overloadr	http://overloadr.com.br/
67	Outras Palavras	http://outraspalavras.net/
68	Periferia em Movimento	http://periferiaemmovimento.com.br/
69	Conexão Planeta	http://conexaoplaneta.com.br/
70	Scream & Yell	http://screamyell.com.br/site/
71	Drops de Jogos	http://www.dropsdejogos.com.br
72	Desacato	http://www.desacato.info/

	Nome	URL
73	Eder Content Agência de Conteúdo Ltda.	http://www.edercontent.com.br
74	Revista Série Z	https://revistaseriez.org
75	Associação Portal Catarinas	http://catarinas.info/
76	Boatos.org	http://www.boatos.org
77	Valinor Conteúdo	http://valinorconteudo.com.br/
78	Lupa	http://www.lupa.news.com/
79	Semana On	http://www.semanaon.com.br/
80	A Escotilha	http://www.aescotilha.com.br/
81	Mamilos Podcast	http://mamilos.b9.com.br
82	Rádio Yandê	http://www.radioyande.com
83	Jornal Sul 21	http://www.sul21.com.br/
84	Mães de Peito	http://www.maesdepeito.com.br
85	O Eco - ((o))eco	http://www.oeco.org.br/
86	Do Rico ao Pobre	http://www.doricoaoopobre.com.br
87	Nonada Jornalismo	http://www.nonada.com.br/
88	Correio da Cidadania	http://www.correiodacidade.com.br
89	Énois	http://www.enoisconteudo.com.br/
90	Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé	http://www.baraodeitarare.org.br/
91	Jornal JÁ	http://www.jornalja.com.br
92	Amazonas Atual	http://amazonasatual.com.br/
93	Plurale	http://www.plurale.com.br/site/index.php
94	Pressenza	http://www.pressenza.com/pt-pt/
95	Invasões Bárbaras	https://invasoesbarbaras.com.br/
96	Por dentro da África	http://www.pordentrodafrica.com/
97	Revista O Grito!	http://revistaogrito.com
98	Manual do Usuário	http://www.manualdousuario.net
99	360meridianos	https://www.360meridianos.com/
100	Alma Preta Jornalismo	http://almapreta.com/
101	Terra sem Males	http://www.terrasemales.com.br/
102	Colecionador de Sacis	https://www.colecionadordesacis.com.br/

	Nome	URL
103	ANF - Agência de Notícias das Favelas	http://www.anf.org.br/
104	O Cafezinho	http://ocafezinho.com
105	Mobilize Brasil	http://mobilize.org.br
106	Jornalismo Colaborativo	http://www.jornalismocolaborativo.com
107	Agência Informativa Pulsar Brasil	https://agenciapulsarbrasil.org/
108	Centro de Mídia Independente	https://midia independente.org/
109	Ciranda Internacional da Comunicação Independente	http://www.ciranda.net
110	Blogueiras Negras	http://blogueirasnegras.org

Fonte: elaborado pelas autoras

Investigação acerca das iniciativas encerradas/inativas

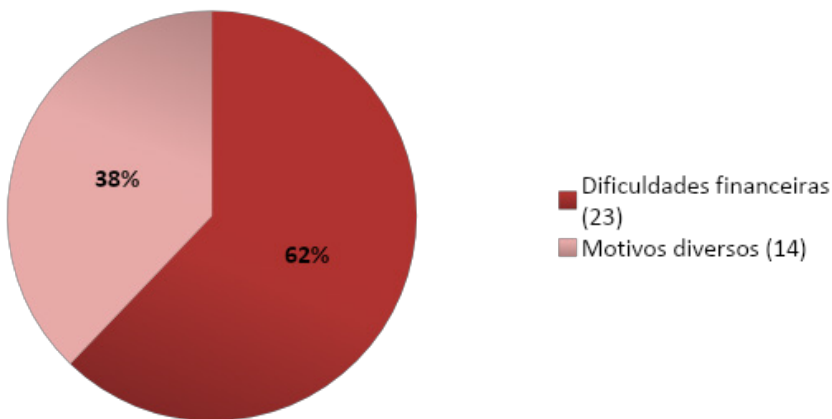
O questionário aplicado aos responsáveis pelos arranjos classificados como encerrados/inativos foi desenvolvido utilizando a plataforma *Google Forms* e, inicialmente, foi enviado por meio dessa ferramenta. As questões direcionadas ao grupo de iniciativas encerradas ou inativas foram formuladas com o objetivo de explorar as razões que levaram ao encerramento/inatividade dos projetos, bem como aspectos relacionados à proposta do arranjo.

Assim, foi enviado um questionário para os 77 arranjos do grupo das iniciativas encerradas/inativas. Uma vez que se tratavam de organizações encerradas, enfrentou-se muita dificuldade no contato com as equipes, seja por email, por redes sociais, ou por telefone. Mesmo após exaustiva busca, não foi possível contactar três dos projetos encerrados/inativos: *Acurácia Fotojornalismo*, *Desnaturalizador Brasil* e *Rádio RBG*.

Dos 74 arranjos contactados, 37 (48,05%) responderam o questionário e apontaram a sustentabilidade econômica como sua maior dificuldade na manutenção do projeto. Mais de 60% dos arranjos que participaram deste estudo, especificamente 23 dos 37, indicaram que o principal motivo para o encerramento/inatividade estava relacionado a dificuldades

financeiras. Os outros 14 projetos, o que equivale a aproximadamente 38%, afirmaram que suas situações de encerramento/inatividade eram devidas a várias razões diferentes, como demonstrado no Gráfico 4.

Gráfico 4: Motivos do encerramento/inatividade dos projetos



Fonte: elaborado pelas autoras

Das 23 respostas confirmando dificuldades financeiras, sete (30,43%) escolheram a opção “a. Dificuldades financeiras: Tivemos dificuldade de pensar e efetivamente implementar fontes de receita que sustentassem o projeto”; oito (34,78%), a opção “b. Dificuldades financeiras: Até pensamos fontes de receita, mas tivemos dificuldade em efetivamente implementá-las”; e outras oito (34,78%), a “c. Dificuldades financeiras: Conseguimos pensar e implementar fontes de receita, mas os recursos obtidos foram insuficientes para sustentar o projeto”.

Para os 23 arranjos em que as dificuldades financeiras desempenharam um papel crucial no encerramento ou inatividade, também foi questionado se outros motivos poderiam ter contribuído para o status atual da iniciativa. Houve relatos de motivos secundários que se combinaram com as dificuldades financeiras ou foram exacerbados por elas, como foi o caso das iniciativas que mencionaram o desengajamento de seus membros:

Desarticulação do grupo (Candeia).

Afastamento geográfico dos envolvidos (Revista o Viés).

Falta de mobilização e persistência dos membros do projeto (Agência PLANO).

Dispersão da maioria dos colaboradores voluntários, por necessidades financeiras ou escolha de outras prioridades em suas carreiras (Estopim Coletivo).

Devido ao fato de que o trabalho nos arranjos frequentemente é realizado de forma voluntária, os membros muitas vezes precisam buscar remuneração por meio de outras atividades, o que afeta sua disponibilidade de tempo para se dedicarem a esses projetos. Essa situação pôde ser observada nos seguintes motivos secundários relatados por seis das 23 iniciativas:

Necessidade de manter um emprego formal para geração de renda (Maria Pauteira).

Por ter iniciado como projeto acadêmico de conclusão de curso, tivemos dificuldades para conciliar com outras demandas exigidas pelo trabalho remunerado (Esquiva).

Pela falta de rendimento financeiro, não poderia ficar investindo tempo sem retorno. Tenho família e um trabalho, preciso de tempo para ficar com a minha família e também estudar (Game Prime).

Dificuldade de organização, como era nosso primeiro grande projeto, e falta de tempo para nos dedicarmos a ele, já que era um projeto sem renda e colaborativo (Clichetes).

Indisponibilidade diante de outras ocupações no mercado, como repórter e assessor de imprensa (Revista Paralela).

Dificuldade em conciliar o projeto com as atividades profissionais que garantem minha renda (Jornalismo B).

Representantes de duas das iniciativas relataram que, devido às dificuldades financeiras, encerraram suas propostas como descritas no Mapa da Pública. No entanto, uma delas virou um novo negócio e a outra foi agregada a outro projeto mais promissor em termos de rentabilidade: a *Na Cuia*, que manteve o nome, mas deixou de ser uma revista e virou uma produtora cultural; e o *Murdoque*, que foi incorporado ao Fusne.com. Além desses, outros motivos, complementares ou não às dificuldades financeiras, foram comentados pelos demais representantes do grupo dos 23 arranjos:

Ansiedade dos sócios para obter receita logo (antes de seis meses de projeto) (Trombone).

Pouca procura pelo conteúdo publicado (Diário Liberdade).

Poucos recursos públicos disponíveis, obstáculos no momento da investigação (Multimundi).

Acredito que o Risca Faca surgiu em um momento não ideal: não havia ainda muitas iniciativas prontas para pedir dinheiro para o público, o modelo de negócio de *branded content* já estava mingando e a empresa fundadora do Risca Faca (F451 Mídia) passava por dificuldades financeiras e não conseguiu manter o investimento (Risca Faca).

Eu estava tocando o projeto sozinha ou com colaboradores que não escreviam tanto quanto eu. Então, sempre ficávamos um pouco defasados. Além disso, passei a trabalhar como assessora de imprensa, o que para mim seria uma quebra de ética continuar escrevendo sobre a área em que atua de forma crítica (Move that Jukebox).

Não ter criado outra fonte de receita do que as assinaturas/doações (Farol Reportagem).

Falta de organização, visão de produto, patrocínio e incentivo (Canal Paralelo).

Pesquisamos arduamente e testamos algumas alternativas, mas não fomos capazes de encontrar um modelo de negócio que sustentasse o projeto (Oppina).

Dentre os 14 arranjos que relataram motivos diversos como sendo as principais causas que levaram ao encerramento ou inatividade do

projeto (Quadro 6), é curioso observar que, embora os membros destas iniciativas não o tenham considerado como motivo determinante, o elemento econômico também permeia alguns dos casos, ou ainda, faz parte de um conjunto de justificativas apresentadas.

Alguns exemplos de respostas que citam a questão são: do *Azoofa*, para o qual “as dificuldades financeiras já existiam”; da *Revista Vaidapé*, que apontou a “falta de dinheiro” como outro motivo; da *Revista Geni*, que acusou o “desgaste do modelo de autogestão coletiva e sem financiamento” dentre as dificuldades principais; da *Revista Megafonia*, que afirmou serem o principal motivo “dificuldades financeiras e ao mesmo tempo, questões editoriais”; do *RockinPress*, que informou “a falta de pagamento à equipe” como um motivo secundário; do *VERTICES Inconfidentes*, que indicou “ausência de recursos” como principal causa e “falta de um plano sólido” e “possibilidades de receita”, como dificuldades adjacentes; e, finalmente, a *Revista Poleiro*, que atestou “dificuldade de retorno econômico” em sua resposta ao questionário.

Considerações finais

Os arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia influenciam e reconfiguram as práticas jornalísticas na contemporaneidade. Essas iniciativas têm ganhado força e número significativamente nos últimos anos, seja pela confluência entre tecnologia e questões contextuais, seja pela vontade de seus representantes de oferecer uma nova forma de noticiar, adaptada e reconfigurada para o jornalismo digital e para o formato de consumo de conteúdo da atualidade, permitindo inclusive, que essas iniciativas possam ser consideradas elas mesmas como inovações de consumo, conforme Bleyen et al (2014), na medida em que seus produtos são colocados à disposição do consumidor de forma diferenciada e também são percebidos e experienciados pelos consumidores de forma diferente da mídia tradicional.

O objetivo deste trabalho foi atualizar o importante levantamento Mapa do Jornalismo Independente, proposto pela Agência Pública em 2016, na medida em que existe uma grande relevância em verificar

quais iniciativas elencadas pela primeira pesquisa ainda se mantêm ativas e também em entender os motivos que levaram ao encerramento daquelas que não mais se encontram em operação. A partir da investigação proposta, o que se pode perceber é que muitos dos atores deste ecossistema ainda estão tateando em busca de soluções que garantam a longevidade de seus projetos (PAVLIK, 2013). Ou seja, a sustentabilidade financeira é um dos principais desafios a ser superado pelas iniciativas que desejam se manter em operação no país.

Como foi possível perceber, muitos arranjos acabam suspendendo suas operações devido aos desafios encontrados para sustentarem suas atividades, como evidenciado na atualização do Mapa do Jornalismo Independente, onde se constatou que 77 dos arranjos (equivalente a 35%) mapeados pela Agência Pública já não estão mais em funcionamento.

A informalidade nas relações de trabalho de muitos desses arranjos sem fontes de receita suficientes acaba por fragilizar os vínculos internos, o que acaba por inviabilizar em longo prazo as operações propostas. Arranjos que não contam com perspectivas de serem sustentáveis mesmo em médio ou longo prazo acabam por se tornar inativos ou encerrados. Entre os que permanecem, muitos o fazem na base da resistência, da crença numa causa engendrada ou por um certo conformismo de que o arranjo seja uma atividade secundarizada diante de outras prioritárias na vida de seus membros, como um trabalho remunerado.

Conforme explicado anteriormente, ao longo da coleta de dados, foi preciso criar um grupo de iniciativas híbridas: que não tinham ou não atualizavam mais seu site, mas permaneciam atuantes nas redes sociais. Pode-se considerar que o fato de não mais possuírem seus sites ou plataformas próprias se coloca como um indicativo da fragilidade das estruturas organizacionais e financeiras desses arranjos.

O fato de o principal motivo para essas iniciativas encontrarem-se nesse estado serem as dificuldades financeiras, demonstra que o caminho para a longevidade passa por encontrar configurações econômicas sustentáveis. Esta não é exatamente uma “novidade”, uma vez que a manutenção financeira do jornalismo sempre foi uma dificuldade para a

maioria dos veículos. No entanto, ao observar um dos primeiros levantamentos sobre jornalismo digital independente que se tornou referência na área e investigar dentre as iniciativas ali presentes, quais se mantiveram ativas, se está buscando uma compreensão de que tipos de modelos de negócio jornalísticos estão sendo capazes de se sustentar no Brasil.

Percebe-se que as configurações econômicas estáveis necessárias não passam apenas por novas fontes de receita, mas sim pela criação de modelos de negócio sustentáveis em toda sua operação e que tenham apelo para o público. O jornalismo da atualidade precisa encontrar maneiras de entregar ao público o produto que ele espera receber, da forma como espera receber e com o apelo necessário para que os sujeitos percebam o papel fundamental do trabalho jornalístico dentro da formação de uma sociedade democrática e criticamente capacitada.

É sabido que se enfrenta uma queda no consumo de informação jornalística na atualidade (NEWMANN et al, 2023). Conforme explicitado em trabalhos anteriores (SILVEIRA, 2021), diante deste desafio, torna-se cada vez mais fundamental traduzir as propostas de valor dos veículos para o público, a fim de garantir o consumo de jornalismo que pode se traduzir em sustentabilidade. Em uma sociedade profundamente plataformizada, os hábitos de consumo de informação se transformam radicalmente e ocorrem, principalmente, a partir de plataformas terceirizadas de redes sociais online (BELL et al., 2017). Desta forma, garantir uma compreensão e adoção da proposta de valor do veículo por parte do público fortalece também o engajamento e a participação da audiência.

Referências

- BALDIN, N.; MUNHOZ, E. M. Bagatin. Snowball (Bola de Neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: CONGRESSO Bell, E.; Owen, T.; Brown, P.; Hauka, C.; Rashidian, N. **A imprensa nas plataformas: como o vale silício reestruturou o jornalismo**. Nova York: Tow Center For Digital Journalism, 2017.
- BLEYEN, V-A., LINDMARK, S., RANAIVOSON, H., BALLON, P. **The Journal of Media Innovations** 1.1 (2014): 28-51. 2014.

- CHRISTOFOLETTI, R.; SILVA, M.; R. Novas experiências de jornalismo no Brasil: potências e limites para uma nova governança social. *Libero*, São Paulo, n. 41, p. 155-171, jan./abr. 2018.
- FIGARO, R. (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. 245 p.
- JARVIS, J. *Geeks bearing gifts*. Nova York: CUNY Journalism Press, 2014.
- NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 10., 2011, Curitiba. *Anais [...]*. Curitiba: Educere, 2011. p. 329-341.
- NEWMAN, N.; FLETCHER, R.; EDDY, K.; ROBERTSON, C. T.; NIELSEN, R. K. *Digital News Report 2023*. Reuters Institute, 2023. DOI: 10.60625/risj-p6es-hb13
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Business Model Generation - Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários* (R. Bonelli, trad.). Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.
- PAVLIK, J. V. INNOVATION AND THE FUTURE OF JOURNALISM. *Digital Journalism*, [S.L.], v. 1, n. 2, p. 181-193, jun. 2013. Informa UK Limited. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>. Acesso em: 6 nov. 2021.
- PÚBLICA. *O que descobrimos com o Mapa do Jornalismo Independente*. 2016a. Disponível em: <https://apublica.org/2016/11/o-que-descobrimos-com-o-mapa-do-jornalismo-independente/>. Acesso em: 23 fev. 2023.
- PÚBLICA. *Metodologia*. 2016b. Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/metodologia/>. Acesso em: 23 fev. 2023.
- SAAD, E.; SILVEIRA, S. C. New Online Journalism Businesses: Exploring Profiles, Models and Variables in the Current Brazilian Scenario. *Journalism Practice*, 2021. DOI: 10.1080/17512786.2021.2016067
- SEMBRAMEDIA. *Ponto de Inflexão: impacto ameaças e sustentabilidade: um estudo dos empreendedores digitais latino-americanos*. 2017. Disponível em: <https://www.omidyar.com/sites/default/files/file_archive/Inflection%20Point/Ponto%20de%20Inflexao.pdf>. Acesso em 20 de abril de 2020.
- SILVA, M. R. *Tensões entre o alternativo e o convencional: organização e financiamento nas novas experiências de jornalismo no Brasil*. 2017. 396 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.
- SILVEIRA, St. C.; RAMOS, A. N. C. Sustentabilidade de arranjos jornalísticos empreendedores no Brasil: um estudo de sete nativos digitais. *Brazilian journalism research*, [S. l.], v. 18, n. 2, p. 290-315, 2022. DOI: 10.25200/BJR.v18n2.2022.1496. Acesso em: 22 jan. 2023.
- SILVEIRA, S. C. ; PAUL, D. M.; RAMOS, A. N. C. Inovação e sustentabilidade em novos arranjos econômicos jornalísticos de Santa Catarina. *Revista Observatório*, [S. l.], v. 7, n. 4, p. a2pt, 2021. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2021v7n4a2pt. Acesso em: 22 jan. 2023

ZAMITH, R.; BRAUN, J. A. Technology and Journalism. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, [s.l.], p.1-7, 29 abr. 2019. Wiley. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0040>. Acesso em: 6 nov. 2021.

Sobre os autores

Stefanie Carlan da Silveira: Professora adjunta do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Subcoordenadora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJOR-UFSC). Doutora em Comunicação pela Universidade de São Paulo (PPGCOM/USP). Jornalista formada pela Universidade Federal de Santa Maria, mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). É pesquisadora do grupo COM+/USP. E-mail: stefanie.silveira@ufsc.br. ORCID: <https://orcid.org/00>.

Alessandra Natasha Costa Ramos: doutoranda no programa de PhD em Media Digitais da Universidade NOVA de Lisboa; mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJOR-UFSC); especialista em Mídia, Informação e Cultura pelo Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação da Universidade de São Paulo (CELACC-USP); bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). É fundadora e mantenedora do site independente especializado em música alternativa: Palco Alternativo (www.palcoalternativo.com.br); pesquisadora no Núcleo de Estudos e Produção em Hipermídia aplicados ao Jornalismo (Nephi-Jor); e do Grupo de Pesquisa Hipermídia e Linguagem, vinculado ao CNPq. E-mail: natasha.ramos88@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4521-0493>.

Data de submissão: 11/02/2024

Data de aceite: 20/10/2024