



Elementos de identidade jornalística em autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais

Edgard Patrício¹

Raphaelle Batista²

Resumo: Diante das transformações do capitalismo, o jornalismo também sofre alterações (CHARRON e BONVILLE, 2016). Uma dessas mudanças é o fortalecimento do jornalismo independente (REIS, 2017). Fonseca e Kuhn (2009) chamam a atenção para o impacto das mudanças no jornalismo na identidade jornalística. O objetivo deste trabalho é analisar os elementos de identidade jornalística presentes nas autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais. Com base na etnografia virtual (HINE, 2004) e na análise do discurso (FAIRCLOUGH, 2001), percorremos o texto que aparece nas abas 'quem somos' e 'sobre' de 11 (onze) grupos de jornalistas que se autodeclaram como independentes e disseminam suas produções em plataformas digitais. A análise tenta responder como as novas práticas profissionais reorientam os conceitos de jornalismo e jornalistas para esses grupos.

Palavras-chave: jornalismo; grupos independentes; autonarrativas; identidade jornalística.

1. Introdução – Identidade jornalística em tempos de transitoriedade

Charron e Bonville (2016) tomam emprestado o conceito de paradigma de Kuhn (1998) para lançarem uma compreensão sobre as transformações pelas quais passa o jornalismo. As alterações das características intrínsecas ao paradigma evidenciará o processo de transformação. “Um paradigma jornalístico é, portanto, como a língua, um conjunto de regras suscetíveis de se transformarem à medida que os jornalistas adaptam

¹ Professor Adjunto do Curso de Jornalismo/Instituto de Cultura e Arte da UFC. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC.

² Jornalista, graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará (UFC).

a prática às mudanças dentro das condições concretas dessa prática.” (CHARRON e BONVILLE, 2016, p. 47). Apreendem o conceito, assim, a partir de uma orientação diferenciada. A dimensão discursiva.

(...) um paradigma jornalístico, na medida em que remete a uma prática discursiva, não se define a partir de critérios econômicos ou políticos, como a busca por lucro ou a liberdade de imprensa, mas a partir de considerações propriamente discursivas. (...) Assim, não é a predominância das considerações comerciais que caracteriza o jornalismo do século XX, mas a maneira como essas considerações influem no discurso jornalístico. (CHARRON e BONVILLE, 2016, p. 33)

Essa mesma perspectiva ‘transitória’ do conceito de paradigma também impregna o conceito de identidade para Bauman (2005). A identidade, assim como o pertencimento, seria negociável e revogável ao longo do tempo, e “(...) as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o ‘pertencimento’ quanto para a ‘identidade’”. (p. 17).

Uma discussão que pode ser colocada, a partir dessa percepção de transitoriedade, tanto do jornalismo, e, por conseguinte da identidade jornalística, é quanto à própria validade de se compreende a transitoriedade do jornalismo, e da identidade, como fenômeno particular em se tratando de sua constituição. Esse caráter transitório, cambiantes da identidade, pode sugerir sua aproximação com as transformações pelas quais passa o jornalismo, seu momento de ‘transição’. Mas a transição seria o que se modifica ou o que permanece? Seria a variável ou seria a constante? A exceção ou a regra? “A fragilidade e a condição eternamente provisória da identidade não podem mais ser ocultadas.” (BAUMAN, 2005, p. 21).

Para além de responder esses questionamentos, o fato é que as transformações no jornalismo são perceptíveis. Compreendendo a identidade como um processo de pertencimento a uma comunidade de ideias e princípios (BAUMAN, 2005) e que ao estudar a identidade jornalística ‘contemporânea’ acabamos por entender “o que eles fazem, como eles fazem e que significado esse fazer possui para a sociedade em que vivemos” (LOPES, 2013, p. 17), nos parece apropriado equilibrar nossa análise ora no ambiente de processos de produção do jornalismo, ora no discurso produzido e assumido por es-

ses jornalistas, que podem dar conta dessas transformações e seus reflexos em sua própria identidade. E vice-versa.

2. Transformações no jornalismo – Independência e identidade

1.1 O jornalismo independente – Reflexos das transformações

Ocorre uma crítica generalizada de que os meios tradicionais quebraram “o pacto” que tinham com o público (CRISTOFOLETTI, 2016), especialmente em pautas que abordem política, direitos humanos e movimentos sociais. Em busca de se reposicionar no mercado, mas também a fim de recuperar valores fundamentais deixados em segundo plano pelos meios tradicionais e, em última instância, reconquistar uma credibilidade ‘perdida’, muitos jornalistas migram para o chamado jornalismo independente. Nesta discussão, vale salientar, entendemos o jornalismo como “uma atividade exercida por profissionais” e “que ocorre no contexto de uma subcultura própria” (LIMA, 2009). Distinguindo-se, portanto, do chamado jornalismo cidadão, praticado de modo a não se submeter aos padrões mercadológicos da notícia e, tampouco, à necessidade de formação específica de quem a produz.

Para REIS (2017, p. 194), citando a ideia do teórico Venício Lima, o jornalismo independente “é definido, em geral, por ser um jornalismo realizado sem vinculação econômica ou editorial a grandes grupos empresariais, na perspectiva de contraposição à mídia convencional”. Em termos mais objetivos, em outra definição do mesmo autor, é um jornalismo “livre de qualquer sujeição, autônomo” (LIMA, 2009).

Autonomia esta, diga-se, não só em relação aos interesses do Estado e ao poder econômico de grupos empresariais da própria mídia e diversos outros setores, mas também quanto às práticas editoriais que, de alguma forma, tolhem a atividade jornalística em seus princípios de responsabilidade social e busca pelo interesse público. Lauk e Harro-Loit (2016) argumentam que não é possível desconsiderar, na discussão sobre essa autonomia, o fator da continuidade ou descontinuidade de uma cultura jornalística. Para os autores, nos países em que essa cultura é interrompida, seja por mudança no

regime político ou mesmo geracional decorrente da crise econômica, a autonomia é interrompida e a confiabilidade no jornalismo fica prejudicada.

Lima (2009) ressalta os exemplos da chamada “imprensa alternativa” dos anos 1970 e 1980, que atuou na campanha pelas “Diretas Já” e depois na luta pelo impeachment de Fernando Collor de Melo, em 1992. Reis (2017) elenca, ainda, num período bem anterior, as experiências de jornais humorísticos impressos nos anos 1930, como *A Manhã*, sem esquecer das revistas *Pasquim* e *Realidade*, durante a ditadura.

A pesquisadora lembra, porém, que “foram muitas as mudanças de um jornalismo que pretende 'contar o seu tempo' e acompanhar as transformações tanto de linguagem quanto das próprias práticas a partir de um contraponto aos tradicionais veículos midiáticos” (REIS, 2017, p.194). Essas mudanças aparecem em especial no discurso do jornalismo independente e estaria intimamente ligado às novas tecnologias da informação e da comunicação (TICs). “A partir da Internet, especificamente por meio das redes sociais, decerto se torna mais simples fazer um trabalho jornalístico não-convencional, desde a produção até a circulação e o alcance” (REIS, 2017, p. 194).

Um exemplo disso foi o impulso de experiências jornalísticas independentes surgidas na internet a partir das manifestações de junho de 2013, no Brasil. O coletivo *Mídia Ninja*, que teve atuação importante na cobertura e na mobilização de rua por todo o país durante aquele período, utilizou-se largamente dos vídeos postados em redes sociais como Facebook e em canais como Youtube. A ponto desses conteúdos serem incorporados à cobertura de veículos da mídia tradicional (LIMA, 2013).

Mais que isso, esses conteúdos produzidos por jornalistas independentes, não só no caso do *Mídia Ninja* nem apenas no episódio das manifestações, são capazes de gerar pontos de tensão entre a abordagem dessa grande mídia e a dita independente. Já que, diante da superabundância de informações, difícil é encontrar narrativas jornalísticas confiáveis (LAUK e HARRO-LOIT, 2016).

1.2 As transformações no Jornalismo e as repercussões na identidade profissional

Fonseca; Kuhn (2009) chamam atenção para as repercussões das transformações no Jornalismo e a identidade jornalística. “Diante desse quadro de mudanças tão acentu-

adas, parece-nos pertinente e relevante atualizar a discussão acerca da identidade jornalística, bem como tentar traçar o perfil do profissional que hoje está à frente das principais redações.” (p. 5). Justificam mais ainda essa necessidade a partir do papel social que assume o jornalista. Mesmo sendo assalariado, converteu-se em ‘vigia social’, fiscal do poder, ou de observador neutro, para quem a “objetividade reveste-se do caráter de um ‘mandato civil’ que o alça à condição de representante da sociedade, a despeito das limitações impostas pela realidade da profissão”. (p. 6)

A própria ampliação do mercado de trabalho, forçada pela reestruturação produtiva das empresas de comunicação, amplia as possibilidades de inserção laboral. Por conseguinte, a identidade jornalística é afetada. “Existe, na atualidade, um alargamento do campo, constatado, principalmente, devido a atuação de jornalistas em espaços outros que não as mídias tradicionais (impresso, rádio, TV, e agora a internet).” (LOPES FILHO; SILVA, 2014, p. 4), embora os trabalhos de assessoria de imprensa sejam presentes marcantes desde a década de 1980. Se outras práticas laborais começam a ser engendradas, é de se supor que possam existir outros papéis a serem assumidos pelo profissional jornalista, diante das demandas sociais.

A aparição de novas práticas laborais se vincula com os artefatos tecnológicos que se tornaram acessíveis aos procedimentos de produção do Jornalismo. E com mais papéis a serem exercidos, mais perfis profissionais são assumidos. “La variedad de perfiles es tal que cada pocos meses aparecen y desaparecen demandas para cometidos específicos relacionados con la producción de contenidos para la red y en red.” (LÓPEZ-GARCÍA, 2012, p. 56) Mas, e ao mesmo tempo, “no cabe duda de que existen funciones que se han ido consolidando con el tiempo y una serie de tendencias que definen la diversidad de los perfiles de los profesionales del periodismo en el siglo XXI” (LÓPEZ-GARCÍA, 2012, p. 56).

Embora se tratando, aqui, de uma discussão específica sobre a identidade jornalística, esse movimento é observado de uma maneira mais ampla. “A instabilidade do mundo social dos jornalistas e da quebra, o esmaecimento das fronteiras tradicionais corrobora com nossa ideia de que hoje vivemos um tempo de identidades fluidas, cambiantes, e ao mesmo tempo fragmentadas.” (LOPES FILHO; SILVA, 2014, p. 5) Ora, se falamos que o próprio Jornalismo não suporta apenas um modelo, necessariamente a

discussão se amplia mais ainda, porque teremos que considerar a possibilidade de identidade(s) no Jornalismo e de identidades jornalística(s).

3. Identidade jornalística em momento de mudanças – Elementos metodológicos de análise

A pesquisa sobre identidade jornalística tem que captar essa compreensão. Trabalhos como os de Oliveira (2005), Pereira (2008), Fonseca; Kuhn (2009), Dader (2010), Villegas; Jimenez (2012), Lopes (2013), Agnez (2014), Lopes Filho; Silva (2014) e Carneiro (2016) discutem a temática. Nesses trabalhos, percebe-se uma evolução na discussão que acompanha as próprias transformações. Nos trabalhos iniciais, a identidade jornalística se situa na discussão sobre a reestruturação produtiva vinculada às empresas de comunicação. Depois, surgem pesquisas relacionadas a nichos específicos do mercado jornalístico mais ainda inseridas em funções ‘tradicionais’ do exercício da profissão, como a assessoria de imprensa. Já Grohmann (2016), Antonioli (2016), Marques-Hayasaki, Roca-Cuberes e Casellas (2016) e Waltz (2017) enveredam por uma discussão que envolve reestruturação produtiva, inserção tecnológica, novos perfis e competências profissionais e a identidade jornalística.

Pensamos que se faz necessário ascender a outro patamar da pesquisa relacionada à identidade jornalística, dessa feita dando relevância às transformações que colocam em cheque os próprios princípios de conceituação e de produção do Jornalismo. Em consonância com os estudos de Deuze e Witschge (2015) e Charron e Bonville (2016) que questionam a percepção do jornalismo com princípios invariáveis e modelo único. Em suma, indagar-se, numa relação intrínseca com a identidade: O que é o Jornalismo hoje? Como se faz Jornalismo hoje? Quem são os jornalistas hoje?

Especificamente para esse trabalho, que se constitui em uma das etapas de uma pesquisa mais abrangente, vamos analisar os elementos de identidade jornalística presentes nas autonarrativas de grupos de produção de jornalismo independente em plataformas digitais. Utilizaremos, nesse caso, procedimentos metodológicos vinculados à etnografia virtual (HINE, 2004) e na análise do discurso, notadamente Fairclough (2001).

Como *locus* de pesquisa para esse artigo, percorremos o texto que aparece na aba 'quem somos' ou 'sobre' de 11 (onze) grupos de jornalistas que se autodeclaram como independentes e disseminam suas produções em plataformas digitais. A seleção dos grupos partiu do projeto 'Mapa do jornalismo independente'³, estruturado pela Agência Pública, organização de produção com foco no jornalismo de aprofundamento e de qualidade. Deu-se prioridade às iniciativas que, já em seu texto de apresentação para o levantamento, demonstram claramente seu caráter de independência, com expressões como 'independente', 'alternativa', 'contra-hegemônica', 'lado B', 'livre', 'periféricas' ou que se colocam como contraponto à mídia 'tradicional', e declaradas essencialmente como produtoras de jornalismo. A análise tenta responder como as novas práticas profissionais reorientam os conceitos de jornalismo e jornalistas para esses grupos.

4. Percepções da identidade jornalística – O que nos dizem os jornalistas independentes

As iniciativas de jornalismo independente aqui analisadas foram selecionadas a partir da elaboração do mapa do jornalismo independente, um projeto da Agência Pública, e de acordo com definições indicadas na parte descritiva da base metodológica desse artigo. Para a inserção dos projetos no mapa, a Pública considerou “aquelas que nasceram na rede, fruto de projetos coletivos e não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas”⁴. A noção de independência está relacionada a projetos em plataformas digitais, que sejam uma iniciativa coletiva e sem vinculação com os tradicionais 'proprietários' dos veículos de comunicação. Essa última característica apontaria para outro elemento de independência, o financiamento, a partir da autossustentabilidade, “uma das marcas desta geração que está surgindo no jornalismo nacional”.

A primeira iniciativa analisada, o Marco Zero Conteúdo (disponível em <http://marcozero.org/sobre/>, acesso em 12/07/2017), de Recife (PE), se assume como

³ Disponível em <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em 15/07/2017. Alguns trechos inseridos aqui da descrição das iniciativas foram retirados da apresentação inicial feita pela Agência Pública no texto de apresentação dos projetos.

⁴ Texto de apresentação do 'Mapa do jornalismo independente'. Disponível em <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em 15/07/2017.

um “coletivo de *jornalismo*⁵ investigativo que aposta em matérias aprofundadas, *independentes* e de interesse público”. O conceito de independência está relacionado ao financiamento da produção. Para isso, indica que para manter essa orientação de independência “não recebe patrocínios de governos, empresas públicas ou privadas”. A sobrevivência dependeria de “parcerias com algumas fundações e organismos internacionais, com a prestação de serviços editoriais, consultorias, realização de cursos, palestras e, principalmente, com a colaboração e doações voluntárias dos leitores”. Ao final, defende que o “financiamento de reportagens independentes e de qualidade deve ser feito de forma coletiva, através de doações dos leitores, sociedade civil organizada e organismos internacionais”. Em torno de outras práticas jornalísticas, afirmam que abrem espaço “para a narrativa, publicando e incentivando ‘histórias bem contadas’”.

A iniciativa *Livre.jor* (disponível em <http://livre.jor.br/politica-editorial/>, acesso em 12/07/2017), de Curitiba (PR), é “feito por *jornalistas* e existe desde 2014”. A noção de independência está relacionada à origem dos dados utilizados para a produção das matérias. Definiram como regra “só usar dados públicos como matéria-prima para as notícias”. Incorporam como ideia de inovação na produção jornalística o fato de “Sempre que possível, o caminho para que qualquer pessoa obtenha os mesmos dados estará descrito na notícia, para encorajar o empoderamento de todos”. Enfatizam a baliza do trabalho, “que o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, e que devemos pautar nosso trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação”.

A Terra sem Males (disponível em <http://www.terrasemmale.com.br/quem-somos/>, acesso em 12/07/2017), também de Curitiba (PR), é “projeto que pratica o jornalismo independente, com a colaboração de vários jornalistas, para a produção de reportagens e começou em 2015”. A noção de independência está vinculada ao contraponto que busca estabelecer à mídia ‘convencional’, embora não explicita o que reconheceria nesse âmbito. A missão “é dar voz e visibilidade às populações e povos deixados de lado pelos donos da mídia convencional”. Enquanto inovação na produção jornalística,

⁵ Nessa parte do texto, os grifos em itálico foram inseridos pelo autor para salientar duas características que orientaram a seleção das iniciativas: de serem produtoras de jornalismo e de se orientarem pela independência de sua produção.

destaca a “produção de reportagens, sob o ponto de vista dos trabalhadores, com a valorização das imagens como fonte de informação”.

O Farol Jornalismo (disponível em <http://faroljornalismo.cc/blog/quem-somos/>, acesso em 12/07/2017), de Porto Alegre (RS), é uma iniciativa de “pesquisa e produção de *novas formas de fazer jornalismo*”. Faz alusão às transformações pelas quais passa o jornalismo, enfatizando o viés tecnológico. “Quem está imerso nas discussões sobre o jornalismo sabe que as águas da profissão andam mais agitadas do que nunca. A revolução tecnológica mudou tudo.” Referencia essas mudanças na ‘maneira’ de contar as histórias, o que aponta para o processo produtivo, mas não aprofunda que novas maneiras seriam essas. “Quase todo dia aparece alguém falando de uma nova tendência, de uma nova forma de contar histórias. São tantas as possibilidades que nada fica firme por muito tempo.”

O projeto Repórter de Rua (disponível em <http://faroljornalismo.cc/blog/quem-somos/>, acesso em 12/07/2017), de Mossoró (RN), é um “coletivo *independente de reportagem* nascido em Mossoró, interior do Rio Grande do Norte, em 2013”. Não traz nenhuma indicação sobre a dimensão de sua independência, nem sobre inovações na produção do jornalismo. A não ser a indicação de que todas “as reportagens são produzidas em formato multimídia”. Enfatiza que o “foco do trabalho da equipe é a reportagem de rua, aquela em que os repórteres ‘sujam o pé de lama’ e sentem prazer nisso. Uma resposta à fuga do jornalismo narrativo tão em falta nos jornais”.

A Agência Mural, (disponível em <http://agenciamural.com.br/agencia-mural/>, acesso em 12/07/2017), de São Paulo (SP), é resultado do blog Mural, “uma agência de *notícias*, de informação e de inteligência sobre as *periferias* de São Paulo”. Partem de um discurso de crítica à produção do jornalismo para chegar a seu foco de atuação.

Na última década, principalmente, os recursos reduzidos dos meios de comunicação, a velocidade de publicação exigida pela revolução tecnológica e a crescente complexidade do contexto urbano fizeram com que o noticiário na capital paulista, a maior cidade da América do Sul, se concentrasse cada vez mais no ‘fácil, rápido e simples’. Ou seja, no que acontece nas proximidades das redações, em mundos muito próximos e conhecidos de seus jornalistas, que também vivem nas imediações –o “centro”, onde fica concentrado o poder econômico e político das grandes áreas urbanas.

A noção de independência parece estar relacionada exatamente ao contraponto que deve ser estabelecido entre o ‘centro’ e a ‘periferia’. Ou seja, aqueles que se inserem na denominação ‘centro’ estariam vinculados ao poderio econômico e político que esquece as demandas da ‘periferia’. “Esses correspondentes, jornalistas, comunicadores e blogueiros residentes dos bairros e cidades que cobrimos, são especialistas em suas regiões e usam as ferramentas do jornalismo de boa qualidade para contar as histórias que ninguém conta.” Quanto ao processo produtivo no jornalismo, “publicar informações que sejam relevantes, úteis, para que todos possam se sentir parte da mesma realidade e capazes de transformá-la”.

Nexo (disponível em <https://www.nexojornal.com.br/about/Sobre-o-Nexo>, acesso em 12/07/2017), de São Paulo (SP) e Brasília (DF), é um “*jornal digital*” criado em 2015. Para o projeto, sua vinculação à independência estaria em torno de sua produção jornalística, “apresentar temas relevantes de forma clara, plural e *independente* é essencial para qualificar o debate público”. E oferecer aos leitores “informações contextualizadas, com uma abordagem original”, sem destacar o que entenderia por ‘originalidade’, que sugere uma reorientação ou do discurso ou mesmo das rotinas produtivas do jornalismo.

A Agência Anota (disponível em https://www.facebook.com/pg/AgenciaAnota/about/?ref=page_internal, acesso em 12/07/2017), nascida em Brasília (DF), é um “*Coletivo de jornalistas, economistas, historiadores e advogados* criado em 2011 com o intuito de produzir informação *contra-hegemônica*”, o que faz parecer que investe num conteúdo diferenciado, sua orientação de independência, da mídia hegemônica. Em torno da produção, a ideia é simples: “contar a história como ela é, aproveitando o espaço da web para discutir sobre os mais variados temas, como democratização da comunicação, humor, esporte, cultura e política”, sempre “experimentando, avançando e aprendendo”.

Já o Maruim (disponível em https://www.facebook.com/pg/midiamaruim/about/?ref=page_internal, acesso em 12/07/2017), de Florianópolis (SC), também é um “*Coletivo de jornalismo* fundado em 2014 para provocar um debate público amplo e plural que construa a transformação da

realidade”. O trabalho envolve “luta pela democratização da mídia, produção de conteúdo jornalístico que dispute a narrativa da Grande Florianópolis e formação de uma rede com outras iniciativas de mídia *contra-hegemônica*”. Também sustenta sua independência no contraponto com a mídia ‘tradicional’. Essa orientação é reforçada com a ideia de que “não pode haver democracia enquanto o aparato midiático estiver todo concentrado nas mãos de poucas famílias da elite brasileira”. O ‘novo’ se ampara em um “modelo sem fins lucrativos e formado sobretudo por jovens recém-formados”.

O Coletivo Catarse (disponível em <https://coletivocatarseblog.wordpress.com/#slide-3>, acesso em 12/07/2017), nascido em Porto Alegre (RS), mas hoje com atuação também na Bahia, reúne “comunicadores comprometidos com a construção de alternativas que fortaleçam a cultura e o *jornalismo independente* e enriqueçam o debate sobre temas de interesse público”. A inovação pode ser assumida enquanto elemento de gestão, pois “organizado nos princípios do cooperativismo, autogestão e economia solidária”, o que aponta, também, para uma noção de independência em termos de sustentabilidade financeira. Nas estratégias de produção, desenvolve trabalhos a partir de uma “perspectiva de comunicação integrada, transdisciplinar, compartilhamento do conhecimento, fomento de redes e formação com caráter articulador e mobilizador, procurando gerar autonomia e emancipação nas pessoas envolvidas”.

A Gênero e Número - Narrativas pela equidade (disponível em <http://www.generonumero.media/institucional/#somos>, acesso em 12/07/2017), nascida no Rio de Janeiro, é uma iniciativa “*independente de jornalismo de dados* voltada ao debate de gênero”. Propõe-se a levantar, tratar e a expor dados e evidências em conteúdos de múltiplos formatos – com reportagens em texto e em vídeo, visualizações de dados interativas, ou mesmo apresentando os bancos de dados construídos ou analisados ao longo das apurações. Reconhece as transformações que impactam o jornalismo, e assume que o tratamento de dados é o principal diferencial do processo de produção da informação jornalística. “Se a forma de produzir e acessar informação mudou, a importância de se ter ao alcance dados e histórias que retratem a realidade com precisão só aumentou.” Em torno do conteúdo do jornalismo, defende que a “informação de quali-

dade, verdadeira, checada e contextualizada continua sendo uma contribuição valiosa do jornalismo aos debates que pautam a sociedade e às lutas travadas nas ruas e nas redes”.

5. Algumas considerações sobre a ‘independência’ no discurso das iniciativas

Nossa proposta, durante esse artigo, foi a de explorar a discussão sobre a identidade jornalística a partir de algumas indagações. O que é o Jornalismo hoje? Como se faz Jornalismo hoje? Quem são os jornalistas hoje? Isso circunscrita ao discurso das iniciativas de jornalismo independente veiculadas em plataformas digitais. No entanto, a partir da análise do material empírico, recolhido sob as definições metodológicas, outros parâmetros de análise nos chamou atenção, talvez até mais basilares que os inicialmente propostos. Antes de saber qual a percepção das iniciativas de jornalismo independente sobre a própria profissão, nos pareceu importante perceber qual a compreensão dessas iniciativas da própria noção de independência, vinculada a seus projetos. Perceber que elementos dão conta dessa independência e são justificáveis pelo discurso dos coletivos.

Uma dúvida poderia pairar sobre a validade dessa reorientação de análise. Ora, se a discussão inicial trabalhava na perspectiva de determinadas indagações, consideradas pontos de partida para a apropriação do contexto, do referencial teórico e das bases metodológicas de análise, como a postulação de outro questionamento não inviabilizaria esse constructo? Justifica-se pelo caráter complementar que as novas indagações oferecem ao tema proposto. Antes mesmo, a percepção do que seja a independência no jornalismo é uma questão que pode ser diferencial na própria definição, numa pesquisa mais aprofundada, que tencionamos percorrer, do próprio recorte do material empírico a ser analisado. E que mantém correlações diretas com a temática mais ampla, qual seja a das transformações pelas quais passa o jornalismo e seus reflexos na identidade jornalística. Assume-se, aqui, o caráter inicial desse trabalho e seus riscos de incompletude.

Reconhecida a reorientação das expectativas iniciais, que concretiza a própria dinâmica do trabalho da pesquisa acadêmica, podemos indicar alguns achados. Embora catalogadas como jornalismo independente, pelo mapa elaborado pela Agência Pública, as iniciativas, aqui analisadas, muitas vezes não conseguem 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 verifica.

Em algumas iniciativas, apenas a característica de serem ‘coletivos’, como condição de independência, é explicitamente mencionada em seus discursos –partindo-se da pressuposição que todas as iniciativas são disponibilizadas em plataformas digitais. Outras iniciativas seguem as condicionalidades da Agência Pública e reafirmam que a independência está vinculada ao contraponto estabelecido entre mídia independente e mídia convencional ou em relação aos modelos de propriedade e financiamento inerentes a seu funcionamento.

Outras características, no entanto, a partir dessa análise com uma base de dados bem reduzida, apropriada ao espaço aqui disponível para a discussão, podem ser acrescentadas a essa tentativa de categorização. Uma, bastante significativa, é relacionada ao contraponto estabelecido entre centro versus periferia, numa correlação entre mídia independente e mídia convencional. É interessante que, do ponto de vista de que essas iniciativas sejam associadas à utilização de tecnologia intensiva, o parâmetro espacial físico ainda seja apropriado como definição de independência jornalística.

Outra característica, que acrescenta à definição de um jornalismo independente, se situa no debate mais amplo sobre as esferas pública e privada de prospecção dos dados utilizados para as produções jornalísticas. A utilização de apenas dados públicos, ao mesmo tempo em que incorpora o usuário da informação nos procedimentos de garimpagem desses dados, fortalece o parâmetro de transparência do jornalismo independente, e de valorização da responsabilidade social vinculada à produção do jornalismo. Sem esquecer a relação direta com a utilização intensiva da tecnologia nos procedimentos de apuração da informação.

Uma discussão complementar, não prevista inicialmente, se refere a como essa independência repercute na inovação no jornalismo. Pelo discurso apresentado pelas iniciativas (oferecer aos leitores “informações contextualizadas, com uma abordagem original” –Nexo; sempre “experimentando, avançando e aprendendo” –Agência Anota), essa é uma vinculação explícita. No entanto, não consegue avançar em seus detalhamen-

tos, ficando circunscrita ao campo das boas intenções. Tanto é que as autonarrativas também apenas reforçam discursos de determinados princípios do jornalismo, apenas deixados de lado, seja pela mídia convencional, seja pelas experiências independentes (o “foco do trabalho da equipe é a reportagem de rua, aquela em que os repórteres ‘sujam o pé de lama’ e sentem prazer nisso” –Repórter de Rua; quanto ao processo produtivo no jornalismo, “publicar informações que sejam relevantes, úteis, para que todos possam se sentir parte da mesma realidade e capazes de transformá-la” –Agência Mural).

Com os próximos passos da pesquisa, envolvendo as entrevistas de profundidade e a análise dos conteúdos jornalísticos produzidos, essas e outras discussões certamente poderão ter uma melhor fundamentação.

Referências

- AGNEZ, Luciane Fassarella. Identidade profissional no jornalismo brasileiro: a carreira dos correspondentes internacionais. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Brasília – 2014.
- ANTONIOLI, Maria Elisabete. **Jornalismo e jornalistas**: uma discussão acerca do perfil do profissional. Texto apresentado no 14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Palhoça (SC), 2016. Disponível em <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2016/paper/viewFile/107/175>. Acesso em 10/06/2017.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- CARNEIRO, Cristine Gerck Pinto. **Identidade jornalística e mediação midiática no século XXI**. Trabalho apresentado durante o IV Encontro Regional Sudeste de História da Mídia. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em <http://www.historiadamidiasudeste.com/uploads/8/0/3/0/80305748/j09.pdf>. Acesso em 19/02/2017.
- CHARRON, Jean. BONVILLE, Jean de. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular; Brasília: FAC Livros, 2016.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Novos pactos com os públicos e mais transparência**. <https://jornalismonobrasilem2017.com/novos-pactos-com-os-p%C3%BAblicos-e-mais-transpar%C3%Aancia-6048fabbc6a1>. Acesso em 27/07/2017.
- DADER, José Luis. La débil identidad del periodismo en la hipermodernidad. **Nueva Revista** - número 128 [6] - 2010.
- DEUZE, Mark Deuze; WITSCHGE, Tamara. Além do jornalismo. **Leituras do Jornalismo**. Ano 02 - Volume 02 - Número 04 - Julho-Dezembro de 2015.
- FONSECA, V. P. S; SOUZA, P. H. R. (2006) O pós-fordismo na produção jornalística. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 15, p. 1-18, julho/dezembro.

- FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira; KUHN, Wesley Lopes. Jornalista contemporâneo: Apontamentos para discutir a identidade profissional. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 21, p. 57-69, julho/dezembro 2009.
- GROHMANN, Rafael do Nascimento. O trabalho do jornalista a partir dos processos comunicacionais e produtivos: dimensões teóricas em cenário de flexibilização e tensionamentos identitários. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Vol. 13 Nº 1. Janeiro a Junho de 2016.
- HINE, Christine. **Etnografía virtual**. Barcelona: Editorial UOC, 2004.
- KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- LAUK, Lauk. HARRO-LOIT, Halliki. **Journalistic Autonomy as a Professional Value and Element of Journalism Culture: The European Perspective (2016)**
- LIMA, V. **Mídia, rebeldia urbana e crise de representação**. In: *Cidades Rebeldes*. São Paulo: Boitempo, 2013, p. 89-94.
- _____. **Existe Jornalismo Independente?** (2009) Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/existe_jornalismo_independente/. Acesso em 27/07/2017.
- LOPES FILHO, Boanerges Balbino; SILVA, Rafael Pereira da. **Em tempos de mudanças estruturais**: a busca pela compreensão do ethos discursivo e da identidade dos jornalistas em Assessoria de Imprensa. Trabalho apresentado durante o XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu, setembro de 2014. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1581-1.pdf>. Acesso em 19/02/2017.
- LOPES, Fernanda Lima. **Ser jornalista no Brasil**: identidade profissional e formação acadêmica. São Paulo: Paulus, 2013.
- MARQUES-HAYASAKI, Paula; ROCA-CUBERES, Carles; CASELLAS, Carles Singla. Nuevos perfiles profesionales y competencias en el ámbito periodístico: revisión de la literatura y entrevistas a profesionales en España. **Brazilian Journalism Research** - Volume 12 - Número 3 - 2016.
- OLIVEIRA, Michele Roxo. **Profissão jornalista**: um estudo sobre representações sociais, identidade profissional e as condições de produção da notícia. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação – Unesp, Bauru, 2005.
- PEREIRA, F. H. **Os jornalistas-intelectuais no Brasil**: identidade, práticas e transformações no mundo social. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, 2008.
- REIS, Mariana. Comunicar, resistir: um olhar sobre as práticas discursivas em rede do jornalismo independente no Brasil. **Voze&Diálogo**. Itajaí, v. 16, n. 01, jan./jun. 2017.
- ROXO, Michelle; GROHMANN, Rafael. Sentidos do Empreendedorismo no Campo Profissional Jornalístico. *Comunicom* 2014. Disponível em http://www.espm.br/download/Anais_Comunicom_2014/gts/gtum/GT01_Grohmann.pdf. Acesso em 11/07/2017.
- VILLEGAS, Juan Carlos Suárez; JIMÉNEZ, Eva. La identidad de los periodistas españoles, entre el ideal y la realidad. Análisis de las intervenciones parlamentarias realizadas en el Congreso de los Diputados en 1994 y 2004. **Anàlisi** 47, 2012.

WALTZ, Igor. Mídia NINJA e o ethos profissional dos jornalistas: a ascensão da mídia livre sob a ótica da redação dos veículos de massa. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 19, n.24, jan./jun. 2017.