

## COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

### O TRABALHO DOS JORNALISTAS EM ARRANJOS

### ECONÔMICOS INDEPENDENTES DE CORPORAÇÕES DE MÍDIA EM PALMAS/TO E GOIÂNIA/GO: PRIMEIRAS IMPRESSÕES

Marluce Zacariotti<sup>1</sup>; [marluce@uft.edu.br](mailto:marluce@uft.edu.br)

Maria Tereza Lemes<sup>2</sup>; [mariatlmoreira@gmail.com](mailto:mariatlmoreira@gmail.com)

Diogo Paz<sup>3</sup>; [diogopazoliveira@gmail.com](mailto:diogopazoliveira@gmail.com)

José Uendel S. da Costa<sup>4</sup>; [uendelsouzathg@gmail.com](mailto:uendelsouzathg@gmail.com)

## RESUMO

Apresenta resultados iniciais obtidos na primeira etapa da pesquisa *O trabalho dos jornalistas em arranjos econômicos independentes das corporações de mídia em Palmas/TO e Goiânia/GO*. O trabalho deriva-se de pesquisa realizada pelo Centro de Pesquisa Comunicação e Trabalho (CPCT – ECA/USP). O objetivo geral é analisar as relações de comunicação e as condições de produção do trabalho jornalístico alternativo/independente nas regiões citadas e ajudar a compor o mapa de novos arranjos jornalísticos alternativos. Foi possível identificar diversidade de modos de fazer jornalismo, especialmente nas redes sociais, assim como a tendência de nichos, de jornalismo especializado. Observou-se, ainda, dificuldade destes arranjos de se autossustentar.

## PALAVRAS-CHAVE

---

<sup>1</sup> Doutora em Educação (PUC/GO); Mestre em Ciências da Comunicação (ECA/USP). Professora adjunta do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins (UFT). [marluce@uft.edu.br](mailto:marluce@uft.edu.br)

<sup>2</sup> Jornalista da Universidade Federal do Tocantins (UFT), pesquisadora do Núcleo de Pesquisa, Extensão e Práticas Jornalísticas (NUJOR/UFT). [mariatlmoreira@gmail.com](mailto:mariatlmoreira@gmail.com)

<sup>3</sup> Bolsista PIBIC Jornalismo UFT (CNPq/UFT). [diogopazoliveira@gmail.com](mailto:diogopazoliveira@gmail.com)

<sup>4</sup> Bolsista PIBIC Jornalismo UFT (CNPq/UFT). [uendelsouzathg@gmail.com](mailto:uendelsouzathg@gmail.com)



JORNALISMO



Jornalismo Independente. Novos Arranjos Econômicos. Corporações de mídia. Trabalho Jornalístico.

## 1. INTRODUÇÃO

As mudanças no mercado de trabalho jornalístico estão sendo altamente marcadas pela revolução das mídias digitais e das redes sociais. Muito tem se discutido sobre o cenário da cibercultura, não apenas sobre as causas, mas também sobre as consequências nas relações humanas, comunicacionais, políticas e econômicas. Sobretudo, houve grandes implicações no mundo do trabalho. Podemos falar hoje em *uberização* do trabalho e seguem-se a este, outros tantos conceitos, termos que cada dia surgem, muito pela instigação dos pesquisadores, atentos a entender as mudanças do nosso tempo. A queda de receita dos anunciantes, que migraram para a internet, os cortes nas redações, o enxugamento dos postos de trabalho e opções de trabalho alternativo na Internet são alguns elementos que podemos citar nessa reconfiguração do trabalho dos jornalistas. Há autores (RIBAS, 2017) que acreditam na relação do crescimento na criação de sites de jornalismo independente com o cenário de crescentes mudanças no mercado profissional tradicional jornalístico. Mesmo que não seja apenas isso, é um caminho a se investigar. Mas por que o mercado tradicional está mudando tanto?

É exatamente este o ponto que nos interessa: pensar as mudanças do mercado jornalístico, a partir da investigação de novos arranjos alternativos às corporações de mídia. Ou seja, nos interessa entender quem são essas pessoas que trabalham com jornalismo fora das empresas de comunicação e como estão trabalhando.

Este artigo apresenta, assim, dados da pesquisa **O trabalho dos jornalistas em arranjos econômicos independentes às corporações de mídia no Tocantins e em Goiás**, que deriva-se da pesquisa **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de**



JORNALISMO





JORNALISMO



**mídia**, coordenada pela profa. Dra. Roseli Fígaro (Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) – ECA/USP). Baseando-nos na pesquisa já realizada e publicada (2018) pelo CPCT, propusemos fazer o levantamento, no Tocantins (Palmas) e em Goiás (Goiânia), dos novos arranjos jornalísticos.

Discutimos neste trabalho os dados iniciais da primeira fase da pesquisa, que se realiza por meio de pesquisadores do Núcleo de pesquisa, extensão e práticas jornalísticas da Universidade Federal do Tocantins (NUJOR). O NUJOR trabalha em cooperação com o CPCT (USP). Assim, nosso estudo replica a metodologia da *pesquisa-mãe*, tendo como objetivo geral analisar as relações de comunicação e as condições de produção no trabalho jornalístico em ‘arranjos econômicos alternativos’ às grandes corporações de mídia no Tocantins e em Goiás. Busca-se, neste sentido, analisar a viabilidade das formas de sustentação destes ‘arranjos econômicos alternativos’; discutir o que se entende por ‘alternativo/independente’; compreender em que modelo de constituição jurídica – empresarial, Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip) ou cooperativas – se pautam tais arranjos; entender como se organizam as relações de comunicação e trabalho, que podem estar sujeitas aos imperativos de eficiência, rentabilidade, metas e resultados, característicos dos formatos empresariais.

Seguimos, assim, o direcionamento teórico-metodológico da pesquisa realizada em São Paulo, com intuito de agregar dados de outras regiões, de modo a termos um mapa mais completo do trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos no país.

A pesquisa é de cunho exploratório, que, segundo Gil (1994, p.27), “têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.” Ou seja, como não sabemos quais são os arranjos a serem investigados e não termos um perfil definido dos mesmos, foi preciso fazer uma exploração inicial, à qual sucederam-se outros passos metodológicos, compondo uma triangulação de métodos (Figaro, 2014; Denzin & Lincoln, 2006, Jankowski & Wester, 1993) em duas fases. Na primeira fase,



JORNALISMO





JORNALISMO



foi composta a amostra, não probabilística, por meio da técnica da bola de neve (Baldin; Munhoz, 2011), a partir da qual foi feito o enquadramento e a análise das características dos arranjos (em Palmas, capital do Tocantins e em Goiânia, capital de Goiás), do ponto de vista de seu perfil organizacional, administrativo e jornalístico/editorial.

Os critérios para o levantamento foram: 1)- as pessoas envolvidas nestes arranjos deveriam se autodenominar jornalistas; 2) - elas precisavam obter seu sustento a partir desta atividade ou ao menos ter a intenção de fazê-lo; 3) - um “arranjo” se define por ser a atividade conjunta de duas ou mais pessoas e estes grupos devem estar desvinculados da grande mídia.

Na segunda fase (ainda a ser realizada), por meio de entrevistas e grupos de discussão, a proposta é analisar os processos de trabalho, as formas de sustentação financeira, as relações de comunicação no processo de trabalho jornalístico.

## 1.2 O Cenário

Como já nos chamava atenção Marcondes Filho (2009) o modelo contemporâneo do jornalismo é marcado pela tecnologia e pela velocidade do sistema, afetando diretamente no profissional e no exercício da atividade. A apropriação da informatização pelas empresas acarretou a alta rotatividade dos profissionais nas redações e no fim da especialização. Isso já foi um impacto. A partir das mídias digitais e redes sociais outros elementos foram se agregando, alterando os modos de produzir e de consumir notícias.

O simples fato de qualquer pessoa ter acesso a informações e às ferramentas para produzi-las significa, para Kucinski (2012), um avanço civilizatório importante em relação aos direitos humanos básicos. Ainda que se discuta se há de fato uma democratização do acesso à informação em função da Internet, como afirma Ramonet (2013), há de se levar em conta a rapidez com que os assuntos circulam na sociedade e, principalmente, o fato de pelo menos parte da população ter condições de maior interatividade com os produtores das notícias, sendo, muitas vezes, produtores de informação.



JORNALISMO





O fato é que há mudanças importantes em curso tanto na produção como no consumo de informações e de notícias, no mercado de trabalho do jornalista. É possível que haja uma saturação do mercado e de linhas editoriais tradicionais? Que tipo de conteúdo o público busca? As milhares de informações que circulam via aplicativos, as mídias das fontes<sup>5</sup> produzindo cada vez mais e de modo mais especializado, entre outros, são fatores que devem ser levados em conta. E, neste contexto, jornalistas e outros profissionais da comunicação podem estar migrando de veículos tradicionais em busca de maior autonomia e liberdade de expressão, longe do controle das empresas de comunicação (LIMA, 2015). Certamente, há questões econômicas, o avanço da lógica capitalista neoliberal e novos modos de ser e de estar, de se relacionar com o trabalho, com o emprego, que os tempos pós-modernos também anunciam. Estas são pistas que estamos perseguindo para conhecer um pouco mais sobre a reconfiguração do mundo do trabalho do jornalista.

Nos últimos anos, os jornalistas no mundo todo (e também brasileiros) lançaram dezenas de sites independentes, tanto com como sem fins lucrativos. Propostas focadas no jornalismo independente, em experiências de jornalismo colaborativo, associativo, entre outros arranjos.<sup>6</sup> O que ainda não temos claro e que nos inspira nesta pesquisa é como viver de jornalismo fora do sistema de emprego, fora da lógica das empresas de comunicação? Além disso, que meios esses novos arranjos estão lançando mão para sobreviver? Será que é possível fugir completamente das estratégias tradicionais de “comercializar” a notícia?

Como destaca Fígaro (2015, p.17):

A comunicação não tem por si mesma o papel de criar consenso.  
Estudar a comunicação no mundo do trabalho, na perspectiva do

---

<sup>6</sup> Ver mais em FÍGARO, Roseli. (Org). As relações de Comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos alternativos às corporações de mídia. Relatório final projeto de Pesquisa: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho – ECA/USP, 2018. Disponível em: [http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/publicacoes\\_cpct/as-relacoes-de-comunicacao-e-as-condicoes-de-producao-no-trabalho-de-jornalistas-em-arranjos-economicos-alternativos-as-corporacoes-de-midia-2/](http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/publicacoes_cpct/as-relacoes-de-comunicacao-e-as-condicoes-de-producao-no-trabalho-de-jornalistas-em-arranjos-economicos-alternativos-as-corporacoes-de-midia-2/).



binômio comunicação e trabalho, é identificar os sujeitos sociais e as contradições, conflitos (do trabalho) na sociedade contemporânea; é entender as relações de comunicação entre os sujeitos sociais como totalidade que revela a sociedade.

E em se tratando do mundo do trabalho do jornalista, há muito a se entender em termos das relações postas na centralidade e no atravessamento das mídias digitais e redes sociais. As reconfigurações implicam conflitos, novos modos de fazer jornalismo, formas diferentes de se relacionar com a sociedade a partir também das experiências que cada um vive neste emaranhado de informações que circulam quase sem barreiras. É urgente discutir as práticas, os modelos tradicionais, as tendências, desafios e perspectivas, bem como compreender como tais questões implicarão na profissão e em seus princípios básicos. Sobretudo entender como os jornalistas se manejam e se manejarão neste contexto.

## 2. MAPEAMENTO DOS ARRANJOS INDEPENDENTES

Como dissemos, nossa pesquisa se delinea em duas fases: na primeira, fizemos o levantamento dos possíveis arranjos jornalísticos em Palmas e Goiânia.

O primeiro passo foi mapear via Internet por meio dos distratores: comunicação alternativa/jornalismo independente/jornalismo alternativo. Os critérios para a construção do objeto empírico foram: autodenominar-se como produtor de conteúdo jornalístico; ser composto por trabalhadores que se identificam como jornalistas; estar necessariamente na plataforma online; ter periodicidade e produção de conteúdo atualizada e auto denominarem-se alternativos e/ou independentes dos grandes conglomerados de mídia.

Por meio da técnica de bola de neve (*snowball*) iniciamos uma busca no mapa da mídia (Agência Pública<sup>7</sup>) por arranjos do Tocantins e de Goiás. Também em função do nosso conhecimento do mercado em ambas cidades,

---

7



localizamos jornalistas que nos ajudaram a chegar em duas fontes importantes “sementes”: em Goiânia, o Coletivo Magnífica Mundi (organização comunitária, laboratório e incubadora de novas formas de comunicação sediada no curso de jornalismo da UFG – funciona desde 2000); e, em Palmas: Gazeta do Cerrado (jornal online independente). Além destes, a rede de jornalistas do sindicato de jornalistas de Goiás e ex-alunos do curso de jornalismo da UFT. Localizamos então os cinco arranjos em Goiás e os cinco do Tocantins. Após esse processo, enviamos um questionário a eles com 13 questões, buscando identificar se eram todos jornalistas, como estavam constituídos (empresa, ONG etc), tempo de atuação, se tinham vínculo com alguma causa, como se mantinham, entre outras questões.

O próximo passo foi composto de uma base de dados com levantamento do perfil desses arranjos em Palmas (total de 5) e em Goiânia (total de 5). E a formalização das categorias do perfil dos arranjos (As já definidas pela “pesquisa-mãe”). Foram totalizados 10 veículos independentes: *TOCult*, *Portal CT*, *Gazeta do Cerrado*, *Sidetrack Magazine* e *Sou Mais Notícias*, em Palmas; e *Desneurizador*, *Invisíveis*, *Jornal Metamorfose*, *Ermira* e *Empreendedor Goiás*, em Goiânia. Todos, além de site, estão em pelo menos duas redes sociais. Sendo que quatro destes se auto declaram ser independentes e dois se nomeiam alternativos. O tempo médio de existência dos veículos é de um a quatro anos.

Dos cinco arranjos de Goiânia, dois se dizem alternativos; um não se designa; um se diz independente; um se denomina independente, coletivo e alternativo. Dos cinco de Palmas, dois se dizem independentes; um se diz independente e inovador. dois se nomeiam alternativos. Um dos arranjos (Goiânia) utiliza no próprio nome a palavra *empreender*. E designa-se como site também de análise de negócios e oportunidades. Algo que na segunda fase da pesquisa precisamos entender se ele se configura mesmo dentro dos nossos parâmetros de alternativo.



A maioria dos arranjos identificados dizem ter a equipe só de jornalistas, mas dois em Goiânia e um em Palmas dizem ter jornalistas e não jornalistas trabalhando.

Dos que contam com colaboradores (total de quatro: três de Goiânia e um de Palmas), disseram que os colaboradores podem ser jornalistas ou de outras áreas. Percebe-se que alguns arranjos optam por ter colabores que ajudam a manter a frequência de conteúdos e a periodicidade. E não se incomodam em ter pessoas de outras áreas escrevendo, especialmente colunas específicas como o *Goiás Empreendedor*, que tem pessoas especializadas em direito trabalhista ou consultor de marketing.

Todos os arranjos nas duas capitais apresentam marcadores da práxis Jornalística tais como entrevistas, colunas, reportagens e notícias. Percebe-se, no entanto, uma tendência ao jornalismo de nicho, especializado, especialmente cultura, negócios. Apenas um arranjo (Palmas) assume ter vínculo com movimento social (racial). Apesar de não demonstrarem explicitamente, a maioria, nas duas cidades, cita preocupação com causas sociais ambientais e direitos humanos.

A maioria, em ambas as capitais, ainda depende de recursos próprios. Mas publicidade e trabalho voluntário também ajudam a manter os arranjos. Não foi possível ainda ver as fontes do financiamento e nem das doações. Todos ainda trabalham em outra atividade. Ou seja, a maioria precisa atuar em outra atividade para se manter. No entanto, em resposta ao questionário, todos disseram ter intenção de viver apenas do novo arranjo Jornalístico.

### 3. PRIMEIRAS IMPRESSÕES

A partir do levantamento conceitual, baseado na pesquisa SP, mediante respostas dos questionários e da observação dos sites foi possível perceber que o termo alternativo pode ser empregado como:





JORNALISMO



- A forma de alternar o que é feito pela grande mídia, podendo ser tanto com função igual ou semelhante como inovando no próprio modo de produção e/ou de transmissão da notícia;
- uma possibilidade de outra resposta ou uma escolha para além da imprensa comercial hegemônica;
- um processo comunicacional que supera o jornalístico e envolve outras formas de comunicação.
- possibilidade de apresentar maior qualidade de informação;
- objetivo de trazer informações que a imprensa tradicional não mostra.
- Nova forma de estrutura, onde não se definem papéis hierárquicos (como editores, por exemplo).

Do ponto de vista do termo independente, pudemos apurar que ele pode ser usado como independência no sentido da liberdade de produção, sem amarras dos interesses econômicos e políticos da empresa jornalística.

Já coletivo ganha sentido de: comunidade com mesmos objetivos; coletivo no sentido de trabalho conjunto.

Uma questão importante, que será melhor investigada na segunda fase da pesquisa, é que eles desejam se manter/viver desta nova forma de fazer jornalismo.

Em Goiás, por exemplo, o *Invisíveis* vê a questão da independência como oportunidade para fugir do sistema empresarial já saturado. Eles apostam no trabalho colaborativo. É feito para atender trabalhadores de empresas públicas e privadas que desejam ter espaço de informação/divulgação do mundo do trabalho de modo autônomo e independente. Ainda precisamos aprofundar no modo de trabalho deste grupo, mas tem um perfil interessante de colaboração de jornalistas de várias partes do Brasil focados na pauta do trabalhador.

Os dados iniciais trazem alguns elementos para ampliarmos a pesquisa na segunda fase. Em comparação à *pesquisa-mãe*<sup>8</sup>, podemos dizer que o mercado

<sup>8</sup> Ver mais em FÍGARO, Roseli. (Org). As relações de Comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos alternativos às corporações de mídia. Relatório final



no interior do país, mais regional, tem características diferentes. O fato de estas regiões serem menos industrializadas, terem menos empresas e também mercado jornalístico menos competitivo interfere na configuração dos novos arranjos e também na sua incidência. Se já é difícil trabalhar nos veículos tradicionais, imagine criar espaço de forma alternativa. As possibilidades de sobrevivência podem diminuir muito. De qualquer forma, percebe-se já um movimento neste sentido. Resta compreender melhor como está se dando este processo e qual proposta de jornalismo está se desenvolvendo. Desafios aos próximos passos de nossa investigação.

## CONSIDERAÇÕES

Esses dados, portanto, apresentam as primeiras impressões sobre os novos arranjos em Palmas e Goiânia. E foi possível identificar diversidade de modos de fazer jornalismo, especialmente aqueles que estão se dedicando mais às redes sociais. A tendência de nichos, de jornalismo especializado também parece forte nesses arranjos alternativos. Há de se observar ainda que termos como alternativo ou independente podem estar sendo utilizados por uma conveniência para se destacar, sem que, na prática, isso ocorra de verdade. Algo a se aprofundar.

Outra questão que apareceu nessa fase foi a possibilidade de investigar arranjos alternativos na área de assessorias de imprensa. Foram identificados grupos atuando com assessoria online, de modo colaborativo e com práticas diferenciadas das assessorias tradicionais.

Levantamos, também, no grupo sediado na UFG, uma proposta interessante de espécie de “incubadora” de novos arranjos, pois além de desenvolverem trabalho como laboratório, tem forte ligação com movimentos sociais e incentiva coletivos de comunicação. A próxima etapa da pesquisa é

---

projeto de Pesquisa: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho – ECA/USP, 2018.  
Disponível em: [http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/publicacoes\\_cpct/as-relacoes-de-comunicacao-e-as-condicoes-de-producao-no-trabalho-de-jornalistas-em-arranjos-economicos-alternativos-as-corporacoes-de-midia-2/](http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/publicacoes_cpct/as-relacoes-de-comunicacao-e-as-condicoes-de-producao-no-trabalho-de-jornalistas-em-arranjos-economicos-alternativos-as-corporacoes-de-midia-2/)



analisar, a partir dos dados coletados, o *ethos* jornalístico nestes veículos mapeados.

## REFERÊNCIAS

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

FIGARO, R., NONATO, C., GROHMANN, R. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

FIGARO, R.. A triangulação metodológica em pesquisas sobre a Comunicação no mundo do trabalho. **Fronteiras: estudos midiáticos**, v. 16, n. 2, p. 124-131 maio/agosto, 2014. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2014.162.06/4196>>. Acesso em: 22 mar. 2018.

JANKOWSKI, N.W.; WESTER, F. La tradición cualitativa en la investigación sobre las ciencias sociales: contribuciones a la comunicación de masa. In: K.B. JENSEN; N.M. JANKOWSKI (eds.), **Metodologias cualitativas de investigación en comunicación de masas**. Barcelona: Bosch, 1993, p. 57-91.

KUCINSKI, Bernardo. *A nova era da comunicação*: reflexões sobre a atual revolução tecnológica e seus impactos no jornalismo. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol.9, No.1, Janeiro a Junho de 2012, p.04 a 16.

LIMA, Cláudia do Carmo Nonato (2015). **Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação**: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão. 2015.250f. Tese (Doutorado em Ciência da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. Disponível em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-26062015-112522/pt-br.php>

MARCONDES FILHO, C. **Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões**. São Paulo: Paulus, 2009.

RAMONET, Ignacio. In MORAES, Dênis de (Org). *Meios de comunicação*: um poder a serviço de interesses privados? In **Mídia, poder e contrapoder**. Da contrapropriedade monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo: Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

RIBAS, Gustavo Panacioni. **(In)Dependência das iniciativas jornalísticas digitais do século XXI com escopo na região Amazônica**: Análise dos sites Amazônia Real e Infoamazonia. Dissertação de mestrado defendida no Programa de Pós Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2017.

