



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22, 23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

CARACTERÍSTICAS E MODOS DE PRODUÇÃO DE ARRANJOS

JORNALÍSTICOS ALTERNATIVOS EM PORTUGAL

Marluce Zacariotti¹; marluce@uft.edu.br

Jorge Pedro Sousa²; jpsousa@ufp.edu.pt

RESUMO

Este trabalho apresenta um recorte da pesquisa de pós-doutoramento: “**Mapeamento de novos arranjos jornalísticos alternativos às corporações de mídia em Portugal: características e modos de produção**”. O estudo buscou mapear os veículos e identificar como se financiam, como os jornalistas inseridos nestes arranjos se sustentam e como desenvolvem a produção jornalística. Utilizou-se de dados e metodologia de pesquisa similar no Brasil, da qual a autora participou, realizada pelo Centro de Pesquisa Comunicação e Trabalho (CPCT – ECA/USP). O estudo, de cunho qualitativo, utilizou questionário e entrevista como técnicas de levantamento de dados. Identificaram-se vinte e seis arranjos, que foram categorizados em relação à autodenominação, tipo de publicação, tempo de atuação, forma de sustentação e modos de produção. Neste artigo, apresentamos os dados gerais dos questionários, que ajudaram a sistematizar informações sobre novos formatos jornalísticos em Portugal.

PALAVRAS-CHAVE

Novos arranjos jornalísticos. Jornalismo independente. Portugal. Mundo do trabalho.

1. INTRODUÇÃO

A revolução tecnológica, especialmente a expansão das mídias digitais, trouxe um novo cenário para o mundo do trabalho de modo geral e, de forma particular, para o jornalismo. Uma das mudanças mais significativas refere-se aos processos de produção e consumo da informação, uma vez que os dispositivos móveis e os

¹ Doutora em Educação (PUC/GO); Mestre em Ciências da Comunicação (ECA/USP). Professora associada do curso de Jornalismo e do Mestrado Profissional em Educação da Universidade Federal do Tocantins.

² Doutor em Ciências da Informação na Universidade de Santiago de Compostela. Professor catedrático de Jornalismo na Universidade Fernando Pessoa (Porto/Portugal).



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22, 23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



smartphones conectados à internet romperam a exclusividade das corporações de mídia na produção de notícias, alterando a relação entre polos emissores e receptores (Fígaro et al., 2013). Historicamente, veículos alternativos sempre surgiram em contraposição à produção massiva e comercial e às formas discursivas dominantes (Nonato et al., 2018), fenômeno que se intensifica no atual contexto de centralidade das mídias móveis e digitais.

No mundo do trabalho, os impactos dessas transformações são evidentes. Se, por um lado, o surgimento de novos veículos independentes representa uma possibilidade de inserção profissional, por outro impõe reflexões sobre os modos dessa reconfiguração, especialmente no que diz respeito à construção da notícia, aos direitos trabalhistas, às condições de trabalho, às rotinas produtivas e às relações sociais e éticas que atravessam a prática jornalística.

A problemática da pesquisa que apresentamos neste artigo insere-se nesse cenário e se expressa nas seguintes questões: como os arranjos jornalísticos alternativos às corporações de mídia sustentam seu trabalho? De que maneira mobilizam os dispositivos comunicacionais para instituir novas prescrições para o trabalho jornalístico?

Pesquisas recentes realizadas no Brasil evidenciam mudanças significativas no mundo do trabalho do jornalista após a revolução digital. Estudos desenvolvidos pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT/ECA-USP) e por pesquisadores da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em parceria com a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), apontam para a redução de vínculos formais, o crescimento de formas precárias de contratação, jornadas extensas e impactos negativos na saúde dos profissionais, como o aumento do estresse e do assédio moral (Lima et al., 2022). Esses estudos também indicam a diminuição de postos de trabalho nos meios tradicionais, a migração de jornalistas para plataformas digitais e a intensificação da precarização laboral.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22, 23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Nesse contexto, destaca-se a pesquisa coordenada por Roseli Fígaro no âmbito do CPCT/USP, que analisou as relações de comunicação e as condições de produção do trabalho jornalístico em arranjos econômicos alternativos às grandes corporações de mídia. O estudo buscou compreender as formas de sustentação desses arranjos, seus modelos de organização jurídica e as implicações das lógicas empresariais nas relações de trabalho e comunicacionais. A pesquisa resultou em um livro e na criação de uma rede nacional de pesquisadores vinculados à Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPjor), com o objetivo de replicar o estudo em diferentes estados brasileiros.

No âmbito dessa rede, coordenamos o levantamento de dados no Tocantins e em Goiás, cujos resultados integram a pesquisa nacional publicada na obra *Arranjos Jornalísticos Alternativos e Independentes no Brasil* (Fígaro; Nonato, 2021).

As transformações no mundo do trabalho e no jornalismo relacionam-se, sobretudo, à centralidade das mídias digitais, à cibercultura (Lemos, 2005) e ao avanço de uma economia neoliberal ancorada no capitalismo contemporâneo. Compreender os movimentos da comunicação, do jornalismo e dos jornalistas torna-se, assim, um caminho relevante para entender as dinâmicas sociais mais amplas. Conhecer quem são esses profissionais, como trabalham e em que condições atuam contribui para compreender por que determinadas notícias circulam e outras não, bem como os modos pelos quais são produzidas (Pinto & Sousa, 1998b).

Em Portugal, estudos promovidos pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) indicam a emergência de novos atores, modos de produção e consumo da informação e a reconfiguração das redações, cada vez mais polivalentes e, muitas vezes, desvinculadas de um espaço físico fixo (Garcia et al., 2018). Esses dados reforçam a pertinência de investigar aproximações e distanciamentos entre os processos de transformação do jornalismo no Brasil e em



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22, 23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Portugal, considerando diferenças nos sistemas de ensino, na exigência do diploma e nas trajetórias profissionais.

Diante desse cenário, propusemos, no estágio pós-doutoral, a realização da pesquisa com o objetivo de mapear arranjos jornalísticos alternativos às grandes corporações de mídia em Portugal e analisar as condições de produção e de trabalho jornalístico nesses contextos. Especificamente, buscou-se classificar os arranjos identificados, identificar suas formas de sustentação, levantar seus modelos de constituição jurídica e compreender a organização das rotinas produtivas e das relações de trabalho.

A pesquisa, de caráter qualitativo e exploratório, foi realizada entre setembro de 2022 e julho de 2023 e resultou no mapeamento de 26 arranjos jornalísticos alternativos em Portugal. O estudo fundamentou-se no referencial teórico-metodológico do CPCT/USP e na triangulação de métodos, combinando pesquisa bibliográfica e documental, análise de autodeclarações institucionais, aplicação de questionários, entrevistas e a técnica de bola de neve para identificação dos arranjos. Os dados sistematizados permitiram compreender quem são, como trabalham e como se sustentam esses arranjos.

Este trabalho apresenta os principais dados levantados no questionário, sintetizando os achados relacionados à primeira etapa da pesquisa: identificação e caracterização dos veículos.

2. RECONFIGURAÇÕES DO JORNALISMO NA CONTEMPORANEIDADE

O cenário midiático contemporâneo, assim como o mundo do trabalho, tem passado por intensas transformações nas últimas décadas, impulsionadas por fatores econômicos, pela digitalização e pela centralidade das redes sociais em diversas dimensões da vida social. Essas mudanças são reforçadas por contornos culturais



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22, 23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



associados a novas formas de comunicação, de sociabilidade e de acesso à informação, mediadas pelas tecnologias digitais.

Bell, Anderson e Shirky (2013) denominam esse contexto de jornalismo pós-industrial, marcado pela perda do monopólio da informação pelas empresas de comunicação e pela reconfiguração das relações de poder no campo jornalístico. Nesse cenário, ampliam-se a interação com o público, a disputa por espaços de produção e a influência das redes sociais na definição das pautas. Tal perspectiva dialoga com Pinto e Sousa (1998a), que já apontavam a perda do monopólio informativo por parte dos jornalistas e a ampliação dos mecanismos de divulgação acessíveis a diferentes atores sociais.

No arcabouço deste estudo, o trabalho é compreendido como categoria analítica para além de sua dimensão econômica, sendo entendido como atividade humana fundamental, assim como a comunicação. Conforme Fígaro (2018), o trabalho transcende a lógica da troca remunerada, constituindo-se como produção de valores de uso e condição essencial da vida humana. Nesse sentido, o binômio Comunicação e Trabalho configura-se como uma abordagem teórico-metodológica que privilegia a análise da atividade laboral a partir da linguagem e da comunicação dos sujeitos, possibilitando maior aproximação com os desafios, conflitos e condições concretas do trabalho jornalístico. (fígaro, 2018).

Conceitos como uberização e plataformização (Grohmann, 2020;2021) passaram a integrar os estudos contemporâneos sobre o trabalho em uma sociedade capitalista avançada. No jornalismo, esse debate ganha relevo diante da queda das receitas publicitárias, dos cortes nas redações e da expansão de alternativas de trabalho mediadas pela internet. Ribas (2017) associa o crescimento do jornalismo independente digital a esse processo de reconfiguração do mercado profissional, marcado pela instabilidade e pela flexibilização das relações de trabalho (Zacariotti et al., 2021).



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22, 23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Helmond (2015), conforme citado por Grohmann (2020), define as plataformas como infraestruturas tecnológicas e econômicas centrais da web, cuja riqueza reside na extração e comercialização de dados gerados pelas interações dos usuários. Essa dinâmica é ampliada pela articulação entre plataformas e mercado financeiro, caracterizando o que Srnicek (2018) denomina capitalismo de plataforma. Nessa perspectiva, a noção de plataformização do trabalho mostra-se mais abrangente que a de uberização, por englobar a multiplicidade de atividades mediadas por plataformas digitais e a crescente dependência social dessas infraestruturas, tanto por trabalhadores quanto por consumidores (Grohmann, 2020).

Compreender os impactos da plataformização na comunicação e no jornalismo permite identificar tendências e refletir sobre as implicações desse modelo para as práticas jornalísticas, os direitos profissionais e as condições de trabalho (Zacariotti et al., 2021). Nesse contexto, o conceito de novos arranjos econômicos do trabalho dos jornalistas, formulado pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT/ECA/USP), refere-se à organização do trabalho de forma alternativa e independente das grandes corporações de mídia, envolvendo micro e pequenas empresas, organizações da sociedade civil, coletivos e outros grupos comprometidos com a democratização da comunicação (Fígaro et al., 2018).

Autores como Marcondes Filho (2009) já alertavam para os impactos da tecnologia e da aceleração produtiva sobre o exercício do jornalismo, inicialmente com a informatização das empresas de comunicação e, posteriormente, com a intensificação promovida pelas mídias digitais e redes sociais. Kucinski (2012), por sua vez, destaca que o acesso ampliado às ferramentas de produção de informação representa um avanço civilizatório, ainda que a democratização do acesso permaneça tensionada por desigualdades sociais. Ramonet apud Moraes (2013) ressalta, nesse



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



sentido, a velocidade da circulação da informação e o aumento da interação entre produtores e públicos.

Nesse quadro, Costa et al. (2020), a partir de Charron e Bonville (2016), situam o jornalismo contemporâneo caracterizando-o pela centralidade da relação com as audiências, pela hiperconcorrência e pela dependência do ecossistema digital. Embora a ascensão de veículos independentes represente uma possibilidade de renovação do campo, ela também suscita reflexões sobre a construção da notícia, os direitos trabalhistas, as condições de trabalho e as relações sociais e éticas que atravessam esses novos arranjos (Fígaro, 2018).

A análise dos novos arranjos exige, portanto, referenciais empíricos que contribuam para a redefinição do jornalismo pós-industrial, considerando mudanças nas práticas, nos discursos e nos modos de sustentação.

Para classificar os arranjos quanto à sua marca jornalística, recorreremos às teorias do jornalismo que identificam como marcadores o modo de produzir, os produtos resultantes e os aspectos culturais e ideológicos da profissão (Soloski, 1999; Traquina, 2005; Shoemaker & Reese, 1996). Na pesquisa do CPCT, destacam-se como operadores os gêneros e formatos, as rotinas produtivas e os aspectos éticos, aos quais se acrescenta a dimensão discursiva prática e deontológica (Costa et al., 2020). Esse referencial orienta a análise dos novos arranjos econômicos em Portugal, em diálogo com estudos realizados no Brasil, contribuindo para a compreensão do funcionamento do jornalismo português no contexto contemporâneo.

2.1 Jornalismo em Portugal: algumas referências

O Brasil apresentou um atraso histórico em relação à Europa na implantação da imprensa, embora, do ponto de vista do jornalismo industrial, apresente similaridades. No campo do ensino superior, o Brasil se antecipou, com a criação do



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



primeiro curso de jornalismo em 1974; enquanto, em Portugal, a graduação em Comunicação Social surgiu em 1979 e o curso específico de jornalismo apenas em 1986 (Sousa, 2011).

O estudo de Garcia (2009) contribui para a compreensão do processo de profissionalização do jornalismo em Portugal, destacando tensões entre a busca por autonomia profissional e a dependência empresarial, em um contexto marcado pela redemocratização e pela reestruturação da indústria midiática. Sousa (2011) ressalta que, desde o século XIX, a consolidação de técnicas como o *lead* contribuiu para a construção da autonomia e da identidade profissional dos jornalistas, processo aprofundado com a institucionalização do ensino superior.

No século XXI, contudo, novas configurações do trabalho jornalístico emergem, impulsionadas pelas mídias digitais e pelas redes sociais, com impactos não apenas técnicos, mas também culturais e sociais. A consolidação da sociedade da informação, intensificada pela mobilidade e pela conectividade ubíqua, redefine práticas sociais, formas de produção e consumo de informação e o próprio espaço urbano (Lemos, 2005).

Essas transformações repercutem diretamente no jornalismo, entendido como espaço de mediação social. Conforme Deuze e Witschge (2016), o jornalismo é uma profissão em movimento, o que demanda novos olhares, pesquisas e debates capazes de iluminar mudanças nas rotinas produtivas, nos perfis profissionais e nas formas de fazer jornalismo. É a partir desse quadro que este estudo busca compreender as transformações do mundo do trabalho do jornalista em Portugal e suas implicações contemporâneas.

3. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE DADOS



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



Os dados apresentados nesta seção se referem à primeira etapa da pesquisa, que, como já dissemos, buscou identificar e categorizar os veículos a partir dos marcadores definidos. A descrição dos 26 arranjos jornalísticos alternativos que compuseram o objeto de estudo da pesquisa é baseada nas informações que eles fornecem em seus sites e redes sociais (levantadas pela pesquisa netnográfica) e nos questionários.

Assim, as autodeclarações das seções “sobre/quem somos”; “estatuto editorial”, “ficha técnica” foram usadas para levantar as principais características de práxis jornalística dos arranjos. A observação dos sites e das redes sociais trouxe outros dados como: editorias/seções dos sites; temas a que se dedicam e a as redes que usam para se comunicar. Ressalta-se que nem todos os arranjos têm perfis e expedientes completos, com informações consistentes. Alguns, chegam a ser bastante vagos, o que se percebe nas tabelas e gráficos consolidados.

Observou-se que a maioria dos arranjos publicam nos sites o estatuto editorial, previsto na Lei da Imprensa n.º 78/2015, de 29/07. Destaca-se que alguns apresentavam publicações instáveis ou desatualizados, tanto no site como no movimento nas redes sociais. É o caso do **Media Alternativos**. Este veículo se define como um portal que pretende dar visibilidade e apoio aos projetos de jornalismo alternativo e independente em Portugal. Faz uma curadoria dos conteúdos produzidos por esses veículos, bem como oferece informações sobre o que são e como funcionam os veículos alternativos, quais são seus princípios e valores e apresenta exemplos internacionais.

Figura 1 – Arranjos mapeados



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



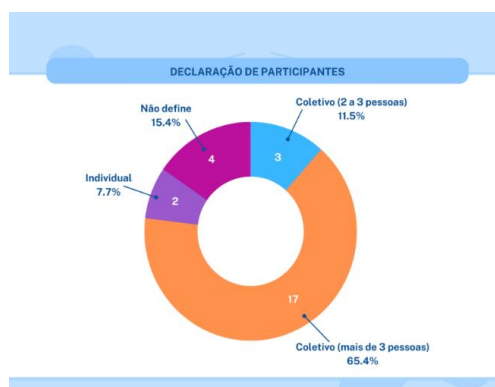
ARRANJOS IDENTIFICADOS

Setenta e Quatro				
Fumaça	Divergente	Mapa: Jornal da Informação Crítica	Interruptor	Sinal Aberto
Canal Q	Bola na Rede	Bantumen	Jornal de Batalha	Media Alternativos
Dois Pontos	Jornal Tornado	Causa Nossa	Observador	Notícias Viriato
Gerador	Zap Aciou	Diário As Beiras	Objectivo – Jornalismo Independente	Notícia ao Minuto
Inconveniente	Esquerda.NET	Shifter	Blasting News Portugal	A-borda

Fonte: Elaboração da autora

A maioria dos arranjos apresenta o número de participantes, inclusive com funções. Percebe-se um cuidado com a ficha técnica, diferente da pesquisa dos novos arranjos no Brasil, onde a descrição dos expedientes é menos completa. Isso pode ocorrer em função das exigências da Lei da Imprensa de Portugal (Assembleia da República, 1999), que define a necessidade de estatuto editorial (cf. artigo 20º, nº 1, alínea b) e de informações claras sobre os responsáveis pelos veículos.

Figura 2 – Declaração de participantes dos arranjos



Fonte : Elaboração da autora



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Dos 26 veículos mapeados, dez (10) estão em Lisboa; seis (6) não identificam a localidade; dois (2) estão em Coimbra; e há um arranjo em Braga, Oeiras, Ançã, Matosinhos, Torres Vedras, Entroncamento, Batalha e Queluz. Ou seja, quase 40% dos arranjos concentram-se na capital, repetindo o que ocorre com os grupos tradicionais de mídia, que, também, estão, em sua maioria, em Lisboa. No entanto, percebem-se muitos arranjos em pequenas comunidades, como Batalha e Entroncamento (pouco mais de 15 mil habitantes e 20 mil habitantes, respectivamente). (Instituto Nacional de Estatística, 2021).

Em termos de periodicidade, 42,3% dos arranjos são diários e 15,4% não definem. Se pegarmos os números de semanais e mensais (11,5% cada), teremos que 23% dos veículos publicam pelo menos uma vez ao mês (figura 4). Pode-se dizer que os arranjos têm uma rotina produtiva razoável, considerando que são veículos independentes, cujos recursos vêm basicamente de doações, apoio de vaquinhas virtuais, editais etc. Nesse sentido, surpreende a quantidade de iniciativas com publicação diária.

Já quanto ao formato ou suporte, como se pode ver na figura 5, a maioria se configura como jornal online (8) e site de notícias (8). Mas aparecem também revistas digitais e produtos em plataformas de streaming (Youtube, Spotify etc) como podcasts e programas de TV. Algo que diferencia bastante o jornalismo desses arranjos com os do Brasil é a manutenção de jornais e revistas impressos. Há arranjos que seguem com assinaturas e distribuição física de seus produtos.

Figura 3- Periodicidade dos arranjos



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

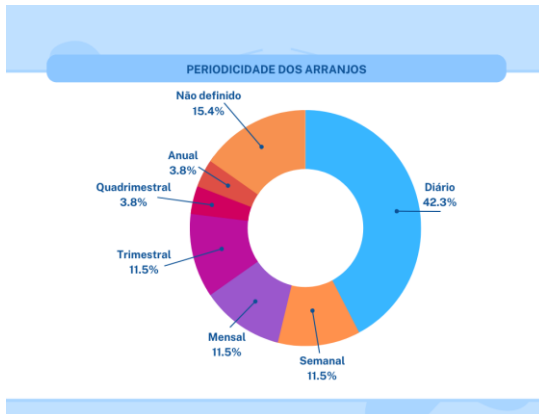
2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Fonte: Elaboração da autora

Figura 4 – Formatos ou suportes



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



FORMATOS E/OU SUPORTES DOS ARRANJOS

	NOME	FORMATOS
1	Setenta e quatro	Site de Notícias
2	Fumaça	Site e Podcast
3	Divergente	Revista Digital
4	Mapa: Jornal de informação crítica	Jornal Impresso e Jornal Digital
5	Interruptor	Revista Multimídia e Podcast
6	Sinal Aberto	Jornal digital
7	Canal Q	Canal de TV em Plataforma de Streaming e Newsletter
8	Bola na Rede	Jornal digital e Podcast
9	Bantumen	Revista Online, Vídeos no Youtube, Newsletter e Podcast
10	A Batalha	Jornal Digital, Jornal Impresso e Newsletter
11	Media Alternativos	Portal
12	Dois Pontos	Revista Impressa e Site
13	Jornal Tornado	Jornal Online
14	Causa nossa	Blog
15	Observador	Jornal Online e Revista (anual)
16	Notícias Viriato	Jornal Online
17	Gerador	Revista e Site
18	Zap Aeciou	Jornal Online
19	Diário As Beiras	Jornal Online e Impresso
20	Objectivo – Jornalismo independente	Site de Notícias
21	Notícias ao minuto	Site de Notícias e Newsletter
22	Inconveniente	Site de Notícias
23	Esquerda.NET	Site de Notícias e Podcast
24	Shifter	Revista Online, Revista Impressa, Site e Newsletter
25	Blasting News Portugal	Sites, Revistas e Podcasts
26	A borda	Site

Fonte: Elaboração da autora

As plataformas digitais (site e/ou redes sociais) são usadas por todos os arranjos da amostra para se comunicar. Vinte e três (23) arranjos, 88,4%, estão presentes em 3 ou mais redes sociais e 7 (26,9%) estão em 5 ou mais plataformas diferentes. Isso nos levou a investigar as informações disponibilizadas nesses espaços e a perceber que alguns dados não constantes nos sites estavam nas descrições dessas plataformas. Outra questão que vale destacar é a atenção dos veículos às redes sociais. De acordo com os dados do relatório Reuters Digital News Report 2023 de Portugal (OberCom, 2023), o conteúdo baseado em vídeo distribuído através de redes como TikTok, Instagram e YouTube está se tornando cada vez mais importante para as notícias. Além disso, 90,6% da população portuguesa está presente nas redes



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



sociais, ou seja, 7,8 milhões de pessoas. Pelo menos 92,2% do total de utilizadores de internet em Portugal usou pelo menos uma rede social em janeiro de 2023. É possível que essa tendência leve os arranjos a se dedicarem mais a esse tipo de comunicação. Outro dado que complementa este é que, em Portugal, 8 em cada 10 acessos a notícias online (85%) são feitos de forma indireta (ou seja, por buscadores, redes sociais e outros) e apenas 13,4% ocorrem através da visita direta ao website das marcas de notícia. (OberCom, 2023).

Conforme se vê na figura 5 o peso dos conglomerados da Web, como o Facebook, Instagram e Twitter é evidente. Embora todos os arranjos tenham site próprio, Facebook, Instagram e Twitter aparecem com índices acima de 70%. Facebook e Instagram são os mais comuns. Também se destacam o Youtube e o LinkedIn. Essa presença em grande escala nas plataformas de redes sociais indica um processo de plataformação do jornalismo. Como apontam Bell *et.all* (2017) as plataformas digitais vão se tornando cada vez mais essenciais para a circulação da produção jornalística. Este é um dos pontos que movem nosso interesse de pesquisa: a mudança das lógicas de produção e de consumo da notícia, assim como as consequências desse processo.

Figura 5 – Meios de divulgação



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

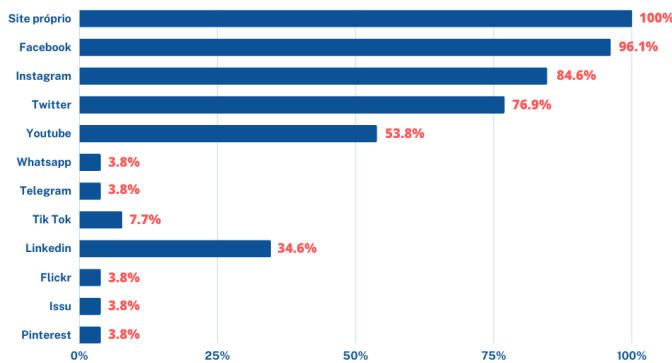
REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



MEIOS DE DIVULGAÇÃO DOS ARRANJOS



Fonte: Elaboração da autora

Os conteúdos jornalísticos são divididos em seções ou editorias. Três deles definem tópicos como “sobre” “contactos” e “contribuir” ou outra forma de nominar pedidos de apoio. Mas a maioria, como se pode conferir na figura 6, destacam suas seções ou temas. Os arranjos trabalham com assuntos diversos, do tipo generalista (26.9%), com foco em temas políticos, sociais; discussão de questões das minorias sociais; colonialismo; saúde pública; temas culturais; questões climáticas, problemas sociais como refugiados e lusofonia.

A maioria deles apresenta áreas de especialidade, similar ao que se encontra nos veículos tradicionais (economia, cultura, política, esportes etc.). Identificamos 16 áreas temáticas diferentes (figura 6)³. Chama a atenção a preponderância do tema cultura (38,4%), que, se somado à literatura (3,8%), temos 42,2% de incidência dessa

³ Destaca-se que foram marcadas mais de uma opção por veículo, ou seja, foram levantadas todas as áreas de cobertura declaradas pelos arranjos.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

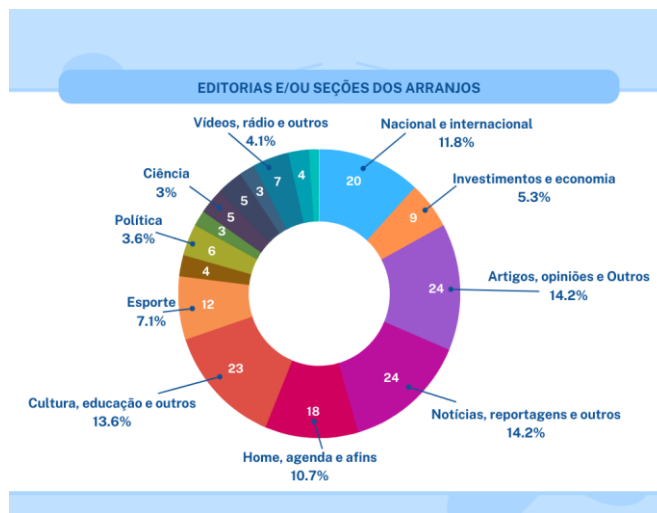
22,23 E 24 DE ABRIL

2026



área. Na sequência, Sociedade⁴, economia e política são as temáticas mais cobertas, 34,6%, 30,7% e 26,9% respectivamente (figura 7). Observa-se, também, a tendência de nichos, como é o caso do **A-Borda** (site feminista), do **Dois Pontos** (literatura infantojuvenil e educação), do **Bola na Rede** (desporto) e do **Bantumen** (música e cultura lusófona). Percebe-se que os arranjos sediados no interior, costumam ser do tipo generalista, abarcando vários temas/seções. Talvez pela necessidade de suprir as informações locais. Nas fichas técnicas ou nas autodeclarações 76,9% deles destacam o lugar em que estão situados, sendo, também, um indicador de jornalismo de proximidade.

Figura 6– Editorias e/ou seções



Fonte: Elaboração da autora

⁴ O tema sociedade foi utilizado por ser expresso desta forma nas descrições das seções. Em geral são voltados para assuntos cotidianos como informações ao cidadão, dicas de culinária, minorias etc. Optamos por mantr o termo em função da grande incidência.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

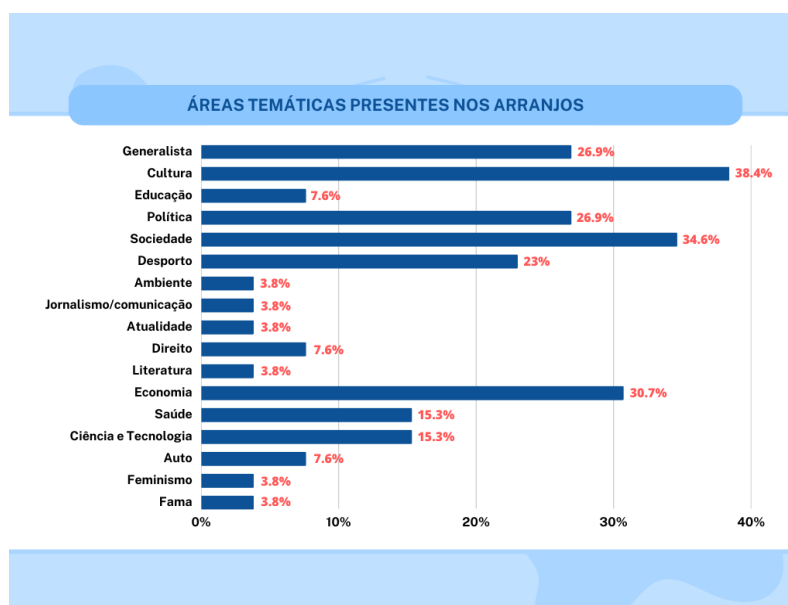
REALIZAÇÃO

POMENTO

APOIO



Figura 7 - Áreas temáticas



Fonte: Elaboração da autora

Ao analisar as autodeclarações (sites e redes), complementadas pelas respostas dos questionários, foi possível traçar um perfil e definir algumas características. Ressalta-se que as descrições dos arranjos, especialmente as apresentações/autodescrições (“sobre”ou“quem somos”) e o “estatuto editorial” trazem grande riqueza de dados, que foram discutidos em outra etapa da pesquisa. Assim, pontuamos os principais achados na primeira parte do estudo, que estão resumidos a seguir.

Elaboramos uma tabela com os achados das marcas jornalísticas dos veículos pesquisados: formatos e gêneros; métodos ou técnicas e aspectos éticos/deontológicos. Chegamos às seguintes categorias identificadas: 1) Gêneros e formatos; 2) Rotinas e práticas e 3) Deontologia profissional. Na sequência,



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO

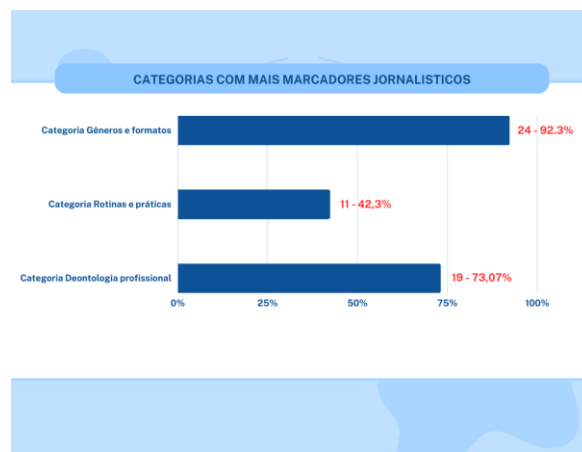


agrupamos as informações por categorias para identificar qual a mais recorrente e levantar a quantidade/tipo de marcador por arranjo.

- O marcador mais recorrente é o de gêneros e formatos: 92,3% da amostra, seguido de deontologia profissional: 73% e rotinas e práticas: 42,3%. (Figura 8).
- Observa-se na figura 8 que mais de um terço dos veículos (34,6%) apresentam marcadores jornalísticos em todas as categorias, embora a maioria (42,3%) demonstre consistência em dois marcadores. Ou seja, mais de 70% dos arranjos figuram com pelo menos duas categorias de marcadores jornalísticos. Como dissemos, há exigências que precisam ser cumpridas e são reguladas pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ) e pelo Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas (CD/SJ), além da Lei da Imprensa, já citados. Esses mecanismos regulam o exercício do jornalismo em Portugal e determinam, por exemplo, que os veículos registrem em suas publicações o estatuto editorial e a ficha técnica. Assim, além do que os arranjos declaram na seção “sobre” ou “quem somos”, o público pode ter informações sobre quem faz, qual o objetivo e o compromisso com o código deontológico da profissão. Esta é uma das explicações para o número de grupos jornalísticos que encaixam na categoria deontologia profissional.
 - A maior parte (65,1%) se autodefine à margem da mídia hegemônica, sendo 57,6% como independentes e 7,5% como alternativos (Figura 9); já o termo empreendedor e/ou inovador não aparece em nenhuma das definições. E mesmo tendo vários elementos associados ao tipo de arranjo alternativo, 26,9% não expressam tal especificidade por meio dos destrutores alternativo, independente, inovador/empreendedor.

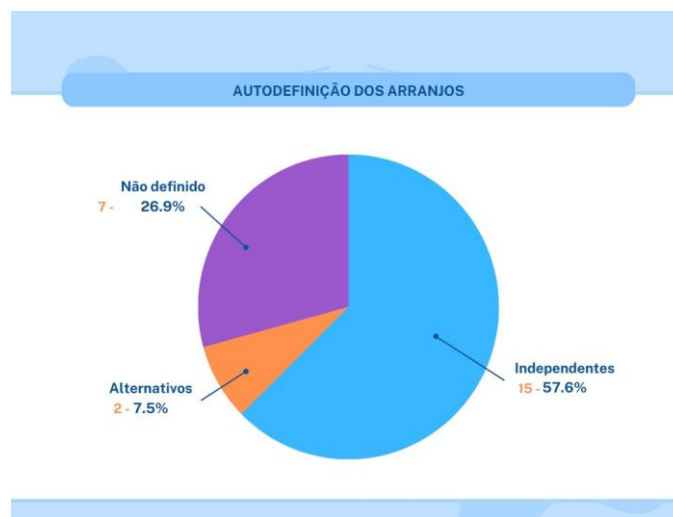


Figura 8 – Categorias dos marcadores jornalísticos



Fonte: Elaboração da autora

Figura 9 – Autodefinição



Fonte: Elaboração da autora

- A maioria dos arranjos se declara coletivo (76,9%), sendo que 11,5% dizem trabalhar com uma equipe de duas a três pessoas, enquanto 65,4% afirmam ter mais de três pessoas na equipe. Contudo, em 15,4% deles não foi possível



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



identificar, nas autodeclarações, se uma ou mais pessoas são responsáveis pelo arranjo e 7,7% trabalham sozinhos.

- Observou-se que 88,5% dos arranjos possuem traço de regionalidade. A maioria destaca seu local geográfico de atuação, seja apresentando um local físico de trabalho, seja definindo o tipo de práxis jornalística, voltado aos assuntos da região (o que pôde ser conferido nas autodescrições ou nos estatutos editoriais) ou ainda expressando sentidos de ligação com o lugar.

4. CONSIDERAÇÕES

A pesquisa indica diferenças em relação ao jornalismo hegemônico, tanto na forma quanto no conteúdo. Os dados mostram identificação com temáticas sociais e com pluralidade de vozes. Embora, haja muitos elementos do que consideramos jornalismo tradicional.

Conforme Teixeira e Jorge (2021) a tendência dos tipos de projeto alternativos/independentes, como os investigados, é colocar na agenda pública conteúdos pouco valorizados no jornalismo *mainstream*. Foi o que pudemos perceber nos arranjos levantados, pois há grande incidência de temáticas ligadas ao ativismo social, ambiental, de gênero e a questões relacionadas com os direitos humanos.

Dentre os desafios, a sustentabilidade financeira e a concentração geográfica devem ser consideradas. Eles podem representar uma forma de resistência e de inovação na produção de informação ao se diferenciar do jornalismo hegemônico e buscar valorizar as temáticas sociais, as vozes plurais e as reportagens, mas manter a estrutura não é tarefa fácil. Não apenas pelas questões de financiamento (ainda que este aspecto seja o mais relevante), mas há outros elementos envolvidos no contexto do jornalismo contemporâneo que afetam tanto os meios tradicionais como os novos modelos, a saber: a mudança no modo como se consomem informações; a lógica da



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22, 23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



gestão algorítmica; novos atores produtores de conteúdo que impactam o trabalho jornalístico; a queda da credibilidade do jornalismo atrelada a narrativas de polarização política, entre outros desafios que hoje são impostos à prática jornalística.

Informações acerca dos arranjos alternativos em Portugal favorecem, assim, a discussão de problemáticas como a precarização do trabalho, o processo de produção e o financiamento do jornalismo alternativo/independente no País. Contribuem, desta forma, para estudos comparativos, que podem discutir um desenho mais amplo das buscas alternativas para o jornalismo e dos esforços por um caminho que mantenha a qualidade que a sociedade merece.

REFERÊNCIAS

BELL, E., OWEN, T. BELL, Emily J.; BROWN, Peter D.; HAUKA, Codi & Rashidian, Nushin A imprensa nas plataformas – como o Vale do Silício reestruturou o Jornalismo. Columbia Journalism School. **Columbia University Academic Commons**, 2017. Disponível em: <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8D79PWH>. Acesso em 05 de fevereiro de 2022.

BELL, Emily; ANDERSON, C. W.; SHIRKY, Clay. Post-industrial journalism: adapting to the present. **New York: Columbia Journalism School**, 2013. Disponível em: <<https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8D79PWH>>. Acesso em: 5 fev. 2022.

CHARRON, J., & BONVILLE, J. de. **Natureza e transformação do jornalismo**. Insular, 2016.

COSTA, R. R., SILVA, N. R., ARAÚJO, M. C. B., & LIMA, R. C. B. Arranjos alternativos de trabalho em jornalismo no Ceará: relações de comunicação e condições de trabalho. **PRAXISJOR-UFC**, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/54543>. Acesso em 20 de junho de 2021.

DEUZE, M; WITSCHGE, Tamara. O que o jornalismo está se tornando. Parágrafo. Jul/Dez. – V.4, N.2 - ISSN: 2317-4919, 2016. Tradução: Rafael Grohmann. Disponível em:



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



<<https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recifofi/article/view/478/445>>. Acesso em 13 de maio de 2022.

DATAREPORTAL. *Digital 2023: Portugal*. [S.l.]: DataReportal, 2023. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2023-portugal>>. Acesso em: 25 jul. 2023.

FÍGARO, Roseli. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Salta, 2013.

_____. A triangulação metodológica em pesquisas sobre a Comunicação no mundo do trabalho. **Fronteiras: estudos midiáticos**, 16(2), 124-131, 2014. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2014.162.06/419>>. Acesso em 10 de abril de 2021.

FÍGARO, R.; NONATO, C. Novos 'arranjos econômicos' alternativos para produção jornalística. **Revista Contemporânea | Comunicação e cultura**, 15(1), Jan/Abr, 2017.

FIGARO, R. (Org.). **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2018.

FÍGARO, R.; NONATO, C. Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil: organização, sustentação e rotinas produtivas. São Paulo: ECA-USP: **Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho**. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/97865886404702021>>. Acesso em 5 de maio de 2022.

GARCIA, J. L. (Org.). **Estudos sobre os Jornalistas Portugueses**. Metamorfoses e Encruzilhadas no Limiar do Século XXI. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2019.

GARCIA, J. L., MARTINHO, T. D., ALVES, M. P., CORREIA, J. C., CUNHA, D. S., MATOS, J. N., GRAÇA, S. M., RAMALHO, J.; RODRIGUES, C. Os media em mudança em Portugal: implicações da digitalização no jornalismo. Lisboa: **ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social**, 2018. Disponível em <https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/35200/1/ICS_JLGarcia_TDMartinho_OsMedia.pdf>. Acesso em 17 de julho de 2022.

GROHMANN, Rafael. Comunicação na Circulação do Capital em Contexto de Plataformização. *Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*, 16(1), Ibict, 2021. Disponível em: <<https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5145>>. Acesso em 20 de maio de 2022.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



GROHMANN, Rafael. Trabalho digital: o papel organizador da comunicação. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 18, n. 51, p. 166–185, jan./abr. 2021. Disponível em: <<https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/download/2279/pdf/7977>>. Acesso em: 05 a Assembleia da República. (1999). Lei n.º 2/99, de 13 de Jan. Diário da República. Disponível em: <https://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?nid=138&tabela=leis>. Acesso em 12 de abril de 2022.

HELMOND, A. The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Media + Society*, v. 1, n. 2, p. 1-11, 2015. In: Grohmann, R. *A Comunicação na Circulação do Capital em Contexto de Plataformização. Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*. v. 16 n. 1, Ibict, 2020.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. Censos 2021 – Divulgação dos Resultados Preliminares, 2021. Disponível em: <https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=514614801&att_display=n&att_download=y>. Acesso em agosto de 2022.

KUCINSKI, B. 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, Jan. a Jun., p.04 a 16, 2012.

LEMONS, A. Cibercultura e Mobilidade. *A Era da Conexão*. INTERCOM, 2005. Disponível em: <<http://portcom.intercom.org.br/pdfs/140429770509861442583267950533057946044.pdf>>. Acesso em 20 de agosto de 2022.

LIMA, S. P., et al. Perfil do jornalista brasileiro 2021: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico. Santa Catarina: **Projor - Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo**, 2022.

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

OBBERCOM – Observatório da Comunicação. *Digital News Report Portugal 2023*. Lisboa: OberCom, 2023. Disponível em: <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2023/06/DNRPT_2023_Final_12Junho.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2023.

Pinto, R. J. & Sousa, J. P. (1998 A) - O futuro incerto da Internet: intercomunicar além do comércio e da publicidade. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 1998a. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em 10 de agosto de 2022.

PINTO, R. J.; SOUSA, J. P. Um retrato sociográfico e socioprofissional dos jornalistas do Porto. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 1998b. Disponível em:



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

POMENTO

APOIO



<<http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-retrato-jornalistas-porto.html>>. Acesso em 10 de agosto de 2022.

RAMONET, I. Meios de comunicação: um poder a serviço de interesses privados? IN: MORAES, D. (Org). *Mídia, poder e contrapoder. Da contracção 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*. 2017. 311 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – **Universidade Estadual de Ponta Grossa**, Ponta Grossa, 2017. Disponível em: <<http://tede2.uepg.br/jspui/handle/prefix/2458>>. Acesso em: 14 mar. 2026.

SHOEMAKER, Pamela J.; REESE, Stephen D. **Mediating the message: theories of influences on mass media content**. White Plains, NY: Longman, 1996.

SOLOSKI, John. O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999. p. 91–100.

SRNICEK, Nick. *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra, 2018.

SOUSA, Jorge Pedro. A discussão sobre a introdução do ensino superior do jornalismo em Portugal: das primeiras menções ao primeiro curso de graduação. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 2011. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-a-discussao-sobre-a-introducao-do-ensino-superior-do-jornalismo-em-portugal.pdf>>. Acesso em: 14 mar. 2026.

TEIXEIRA, Liliana Maria; JORGE, Ana. Plataformas de financiamento coletivo na economia política dos média alternativos. **Comunicação e Sociedade**, Braga, v. 39, p. 183–202, 2021. DOI: 10.17231/comsoc.39(2021).2863.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo*. v. 1: Por que as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

ZACARIOTTI, Marluce; ASSIS, Ingrid; SILVA, Valquíria. Novos arranjos jornalísticos alternativos: uma investigação em duas capitais do Centro-Norte brasileiro. In: FÍGARO, Roseli; NONATO, Cláudia (Orgs.). **Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil: organização, sustentação e rotinas produtivas**. v. 1. São Paulo: ECA/USP, 2022. p. 96–126.