**REDAÇÕES FORA DA CAIXA:**

**A RECONFIGURAÇÃO DAS DINÂMICAS PRODUTIVAS A PARTIR DO JORNALISMO INDEPENDENTE[[1]](#footnote-1)**

Jaqueline Suarez Bastos[[2]](#footnote-2)

**Resumo:**

A pandemia do novo coronavírus provocou mudanças profundas no mundo do trabalho, impelindo profissionais e organizações a reestruturar suas rotinas produtivas. Passamos a observar o impacto da doença no funcionamento das empresas de comunicação no Brasil, cenário que contextualiza essa investigação. Nosso trabalho concentra-se nas experiências de mídia independente emergentes do ambiente digital, protagonistas de uma reorganização do trabalho e do próprio fazer jornalístico nos últimos anos. A base para o nosso estudo é o modelo de produção da Ponte Jornalismo, estabelecendo como instrumentos metodológicos a pesquisa bibliográfica e entrevistas com colaboradores do grupo. A partir disso, queremos discutir quais contribuições esse modelo pode nos ofertar para pensar o jornalismo hoje e, talvez, no futuro?

**Palavras-chave:** Mídia independente; Jornalismo digital; Organização do trabalho; Ponte Jornalismo; Redações digitais.

**Introdução**

Nos últimos anos pudemos observar a emergência de uma série iniciativas de mídia que se autointitulam como “independentes”, “alternativas” e “livres”. Os rótulos não são novos, mas essa nova onda traz características próprias que reafirmam a necessidade de um novo olhar a partir desses conceitos. No entanto, é no plano concreto das práticas cotidianas que se expressam as transformações mais profundas pautadas por esses novos atores. Uma reorganização do trabalho jornalístico (FIGARO, 2018) e do próprio Jornalismo (SEMBRAMEDIA, 2016) está sendo impulsionada pelo surgimento de tais iniciativas.

O mercado jornalístico no Brasil vem sendo profundamente modificado em decorrência de mudanças estruturantes no plano tecnológico, econômico e político, especialmente nas últimas duas décadas. A evolução das possibilidades no campo digital produziram mudanças não apenas na forma de consumir, como também de produzir e, principalmente, implodiu tal separação entre quem produz e quem consome, tornando essa linha divisória cada vez mais tênue. Novas dinâmicas de colaboração dos públicos levaram à ruína o Jornalismo que se pensa e comporta como porta-voz único (ASSIS, CAMASÃO, SILVA e CHRISTOFOLETI, 2017).

A inserção das tecnologias digitais na rotina produtiva das grandes empresas de comunicação foi assimilada, segundo estudo liderado por Fígaro (2020, p. 10), “na forma de ampliação da precarização do trabalho, da densificação do ritmo da atividade e do aumento das horas trabalhadas”. A mudança na paisagem midiática, impulsionada pelo surgimento dos grupos de mídia independente, se relaciona diretamente com a ascensão de novas possibilidades no ambiente virtual, mas também encontra eco nas reduções salariais e de pessoal promovidas por grandes empresas do setor. A demissão em massa de jornalistas e outros profissionais da comunicação impele a busca por alternativas também por parte daqueles que produzem as notícias (FIGARO, 2018).

O fenômeno, no entanto, tem também raízes na polarização política, na precarização das condições de vida nas grandes cidades e na zona rural e na maior consciência sobre os Direitos Humanos (e a violação destes). A compreensão da comunicação enquanto um espaço necessário ao exercício democrático (LAGOS, 2018; MOUNK, 2018) reafirma a urgência de construção de espaços alternativos de discussão, informação e visibilidade.

A luta por direitos e visibilidade de grupos minoritários no Brasil – e em toda a América Latina (cada país com suas especificidades)[[3]](#footnote-3) – sempre enfrentou a barreira de um sistema midiático centralizado e quase totalmente comercial, que pauta uma agenda de interesses econômicos, sociais e políticos opostos às classes populares. A concentração da mídia e seu envolvimento com o universo político – por meio da publicidade, da propriedade ou da prestação de serviços (BOLAÑO, 2000; AIRES e SANTOS, 2017) – é outro ponto de tensão que impulsiona a busca por espaços alternativos e independentes. A subserviência aos interesses políticos e empresariais limita a autonomia dos jornalistas, além de silenciar temas e atores que contradigam (ou contestem) tais interesses. A insatisfação com a falta de liberdade editorial da mídia tradicional está expressa no manifesto de quase todos os cem projetos[[4]](#footnote-4) de mídia independente participantes do relatório Ponto de Inflexão (SEMBRAMEDIA, 2016).

A luta pela democratização da comunicação na América Latina é antiga e vem sendo atualizada com a inserção de novas possibilidades, mas também de novas problemáticas. Se por um lado as plataformas digitais abrem caminhos para escapar do bloqueio e controle das grandes emissoras de rádio e TV e, também, dos jornais. Por outro, elas próprias, enquanto empresas privadas, pautam seus interesses (comerciais e políticos) na construção e nas regras de uso de tais espaços (MOROZOV, 2013; MONTIEL e MACHARIA, 2018). O acesso às ferramentas e maior abertura à participação não se traduz, automaticamente, em democratização do espaço e/ou influência no debate público (ULDAM, 2017). Não por acaso, empresas de mídia tradicionais que acumulam influência política e recursos materiais tendem a manter seu domínio também na rede[[5]](#footnote-5).

Contudo, como também argumenta Uldam (2017), a facilidade de acesso – em alguns países –, o baixo custo de conexão e as possibilidades de ignorar os filtros da mídia de massa, fornecem aos atores que não fazem parte da elite (política e/ou financeira) novas possibilidades de tornar a si mesmos e suas causas visíveis. Ainda que exista uma assimetria de visibilidade na rede, o dissidente, o contraditório e o alternativo se fazem presentes e, às vezes, alcançam um grande número de pessoas, ultrapassando os filtros e bolhas de interesse. Dessa forma, é necessário que reconheçamos que, ainda que não tenha concretizado a utópica emancipação sonhada em seu início (MOSCO, 2011), a internet abriu um espaço de voz e ação que, dificilmente, seriam alcançáveis fora dela.

Experiências de comunicação não hegemônicas, lideradas por movimentos sociais, organizações do campo e das favelas, pessoas e/ou grupos socialmente vulneráveis (como negros, indígenas, mulheres e LGBTQI+ e etc.), se multiplicam a partir do acesso de tais sujeitos às ferramentas de produção. Para nomear essa outra comunicação, podemos encontrar uma longa e diversa lista de termos, cujas práticas e epistemologias não podem ser tomadas como sinônimas, mas que trazem em comum a busca por uma sociedade mais justa e igualitária a partir da comunicação (PERUZZO, 2009). Essas diferentes experiências podem ser compreendidas como partes de um mesmo fenômeno, a comunicação alternativa. Suzana Sel (2009, p. 23) explica que tal entendimento “refere-se à oposição aos grandes conglomerados de mídia hegemônica. Não é uma oposição simplificada em um único movimento, mas sim na diversidade e particularidade de propostas que abrangem diferentes experiências de comunicação”.

A comunicação alternativa se constitui enquanto uma opção frente ao sistema dominante, mas sua natureza alternativa, no entanto, não se define apenas na oposição ao *mainstream*. Verifica-se na temática e linguagem utilizadas (Grinberg, 1987) e, principalmente, pela mudança na lógica de produção, organização e participação. Sobre isso, Graziano (1980, p. 5) avalia que “o alternativo, como tal, propõe uma concepção outra não apenas da comunicação, como também das relações de poder”. Ainda que envolva atores e organizações diversos (especialmente no âmbito da comunicação digital), as experiências não hegemônicas têm como objetivo a resistência, a crítica e a contestação do *status quo*.

Observa-se que as novas experiências que surgem na rede sob o rótulo de mídia independente são baseadas em ideais de autonomia editorial e financeira, tomando como referência a diferenciação em relação aos veículos tradicionais de mídia, ainda que reproduzam determinadas estruturas organizativas. São, em sua maioria, grupos formados por jornalistas ou profissionais da área de comunicação “motivados pelo desejo de independência editorial” (SEMBRAMEDIA, 2017, p. 12). Por sua experiência na mídia hegemônica, compreendem que é na origem do dinheiro que se dá a maior parte das interferências editoriais e, por isso, buscam formas alternativas e variadas de financiamentos. Os recursos obtidos não são destinados ao acúmulo de lucro, mas sim à sustentabilidade econômica do projeto.

Neste trabalho, teremos como sujeito de estudo a Ponte Jornalismo, projeto criado em 2014 na cidade de São Paulo, especializado na cobertura de Segurança Pública e Direitos Humanos. Além de observar sua construção discursiva enquanto mídia independente, nosso objetivo é compreender a organização de seu trabalho, baseado no estabelecimento de “redações virtuais” (SILVA, 2019). No momento em que os espaços físicos compartilhados se tornam um risco à saúde e à segurança dos profissionais, torna-se urgente pensar formas de restruturação do trabalho. A partir disso, queremos discutir quais contribuições o modelo da mídia independente pode nos ofertar para pensar o Jornalismo hoje e, talvez, no futuro?

Desde o final de fevereiro de 2020, com a chegada da pandemia do novo coronavírus ao Brasil, vivemos um período de exceção, um cenário impensável para grande parte da população até então. O isolamento social, o afastamento dos profissionais do espaço físico de trabalho e o fechamento de vários setores da economia, nos lançaram, abruptamente, a um novo cotidiano. O mesmo ocorreu com o Jornalismo, incluindo os grupos independentes e as instituições comerciais de comunicação. O trabalho presencial, as coberturas na rua e até o compartilhamento da redação entre muitos profissionais se mostram, cada dia mais, inviáveis atualmente. Na sede do SBT no Rio de Janeiro, dois profissionais perderam a vida em abril por Covid-19. Segundo a Associação Brasileira de Imprensa (ABI), ao menos metade, dos 75 colaboradores desta redação, testaram positivo para a doença[[6]](#footnote-6).

O episódio na redação carioca do SBT motivou o estudo do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da Universidade de São Paulo (USP) sobre as condições de serviço dos comunicadores durante a pandemia. A partir das repostas de 557 profissionais, de 24 estados brasileiros, a pesquisa concluiu que:

Em termos gerais, podemos afirmar que a maioria trabalha em home office em condições desconfortáveis para a família e utilizando toda a infraestrutura própria em termos de equipamentos, suporte de energia elétrica, conexão com internet, uso de softwares e aplicativos necessários para a atividade. O trabalho, para a maioria, se intensificou e a organização da rotina laboral ocupou todo o espaço e o tempo da/na casa. No geral, trabalha-se mais horas, em ritmo mais intenso, em um quadro de incertezas sobre as condições de salário e emprego (FIGARO, 2020, p. 14).

A precarização dos contratos trabalhistas está diretamente relacionada à insegurança como a manutenção do emprego, sendo uma das principais preocupações dos profissionais. Outro dilema, classificado pela autora como “sofrimento ético”, decorre da especificidade do trabalho jornalístico, que tem precisado lidar com orientações duvidosas por parte de instituições, empresas e até do Estado sobre a doença. A falta de autonomia para agir diante da desinformação e/ou das informações falsas sobre o tema são uma fonte de angústia para os comunicadores. Também faz parte desse sofrimento, à adaptação a nova rotina produtiva, que demandam uma nova forma de organização do tempo e de produção das atividades. Algumas mudanças impulsionadas pelo contexto pandêmico podem vir concretizar-se como transformações permanentes no mundo do trabalho, especialmente para jornalistas.

Nesse cenário, este trabalho objetiva pensar as alternativas propostas pelas experiências de mídia independente, principalmente no que tange novas propostas de organização da produção. Dentro de um universo variado de projetos, estabelecemos como sujeito a ser analisado a Ponte Jornalismo. Nossa metodologia baseia-se em pesquisa bibliográfica e entrevistas com colaboradores do grupo. Destacamos que o contato com os integrantes, realizado de forma virtual, aconteceu entre os meses de maio e julho de 2020, período de elevação do contágio pela doença no país e também de coleta das consequências econômicas da pandemia.

**Sobre qual mídia independente falamos?**

O debate sobre novos modelos de negócio no campo da comunicação não é recente, mas se intensificou nos últimos anos, trazendo consigo preocupações e questionamentos à linha tênue existente entre financiamento e autonomia editorial. Os elos econômicos, políticos ou institucionais que fazem parte da estrutura tradicional das empresas jornalísticas – isto é, propaganda, patrocínio, lobby político ou qualquer outro meio – trazem implicações que afetam ou, ao menos, constrangem o exercício de uma mídia livre e independente. Essa premissa é base para o surgimento de vários projetos de mídia (que se reivindicam) independentes. Tais grupos buscam atuar na contramão da lógica tradicional, adotando formas alternativas de organização da produção e financiamento.

Para iniciar a discussão, frente às múltiplas interpretações e usos possíveis, mostra-se necessário delimitar qual mídia independente tratamos neste trabalho. O debate acerca de uma mídia independente é controverso e questionável. Como um conceito, seu significado é relacional, isto é, não há uma essência determinada, assumindo compreensões diversas em contextos variados. Ainda assim, trata-se de um termo que, por muito tempo, vem sendo disputado no campo da comunicação. Karppinen e Moe (2016) argumentam que seu uso é motivado, muitas vezes, por uma necessidade de legitimação ao discurso jornalístico, sendo reivindicado, inclusive, pela mídia hegemônica.

A noção de independência, assim como as ideias de objetividade e imparcialidade figuram, ao longo da história, no discurso das grandes empresas de mídia e juntas constituem a representação social da atividade e de seus profissionais. Esse acionamento, como já mencionado, não é ao acaso. Pelo contrário, visa estabelecer um espaço privilegiado às narrativas jornalísticas enquanto verdade ou “realidade” dos fatos (TRAQUINA, 2005), ocultando interesses e relações que permeiam a produção. Em contraponto à reivindicação hegemônica do termo, estão os usos observados no campo da comunicação alternativa.

Nesse campo, a noção de independência na mídia pode ser acionada para expressar a ausência de influência por agentes externos; autonomia para a tomada de decisões; e liberdade de gestão/organização do trabalho (KARPPINEN e MOE, 2016). O uso do termo também pode ser compreendido como uma tentativa de diferenciação em relação à imprensa *mainstream*, não apenas no formato “mas nas práticas e rotinas de produção, um jeito diferente de fazer o jornalismo, onde as regras do mercado e da indústria convencional não aprisionariam a criatividade e a liberdade autoral dos produtores” (ASSIS, CAMASÃO, SILVA e CHRISTOFOLETI, 2017, p. 6-7).

Fora da lógica comercial, a noção de mídia independente foi bastante acionada entre o final da década de 1990 e início dos anos 2000, a partir da atuação do Centro de Mídia Independente (CMI). O projeto, que juntou ativismo e comunicação em um período de emergência das tecnologias digitais, surgiu na esteira do movimento alterglobalização[[7]](#footnote-7). Nesse contexto, a independência reivindicada pelo CMI expressava a promoção de uma rede de comunicação construída pelos próprios ativistas, em contraponto à mídia hegemônica, tomando como ideais a descentralização, a autonomia e a luta anticapitalista (LUDD, 2002; NASCIMENTO, 2013; CABRAL 2019).

Quase uma década depois, a mídia independente (e toda discussão que a acompanha) retorna no contexto do movimento dos indignados[[8]](#footnote-8), registrados a partir de 2009, em países do mundo árabe, no continente europeu e nas Américas. Ainda que bastante diversos entre si, tais levantes compartilhavam sentimentos de esperança e indignação, foram gestados e organizados nas redes digitais e migraram para o espaço público, produzindo um híbrido entre o ambiente virtual e o físico (CASTELLS, 2013). As ocupações e manifestações nas ruas e avenidas do mundo também aconteciam nas plataformas online, com relatos em blogs pessoais; transmissões ao vivo; tuites com atualização minuto a minuto e outros.

Nesse cenário, a independência reivindicada se relaciona com a capacidade de narrar, com sua própria voz, os acontecimentos, sem a interferência das empresas de mídia, de governos ou instituições (BENTES, 2013; TOSTES e SILVA, 2015). Também dialoga com a possibilidade de apropriação das ferramentas e tecnologias de comunicação, antes restritos a poucos atores e organizações.

Nota-se que no Brasil, a sequência de manifestações e ocupações de espaços públicos iniciadas em junho de 2013 – que se estende por vários meses[[9]](#footnote-9) –, impulsiona o surgimento e/ou visibilidade de outras experiências de mídia alternativas, especialmente daquelas que se intitulam independentes. Autoras como Bentes (2013), Gohn (2014) e Lorenzotti (2014) concordam que tal crescimento é influenciado também pelo vácuo deixado pela grande mídia na cobertura do movimento. Alvo de críticas e desconfiança por parte dos manifestantes, a rejeição à mídia comercial foi explícita, com episódios de violência[[10]](#footnote-10), retirada dos profissionais das ruas e tentativas de camuflar a identidade das emissoras, ocultando logos e enviando repórteres menos conhecidos do público.

Nesse sentido, podemos compreender que as ruas e avenidas brasileiras tornaram-se grandes laboratórios para novas experiências e práticas de mídia. A tensão social e a polarização política que resultam desse processo também projetaram suas influências nos novos arranjos de mídia. Não menos importante, observa-se no campo jornalístico, o declínio de confiança da população nos veículos tradicionais e o encolhimento de várias redações – e consequente demissão de profissionais –, fatores que impulsionam os próprios profissionais a buscarem alternativas (FIGARO, 2018).

A ascensão desse tipo de iniciativa no Brasil é observada por alguns estudos, eles o Mapa do Jornalismo Independente[[11]](#footnote-11) lançado pela Agência Pública, em 2016. O levantamento foi pioneiro ao entender os coletivos de mídia independente como algo singular dentro do campo mais amplo da comunicação alternativa. Para a seleção, a Agência considerou quatro aspectos: “1. Organizações que produzem primordialmente conteúdo jornalístico; 2. Organizações que nasceram na rede; 3. Projetos coletivos, que não se resumem a blogs; 4. Sites não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas” (PÚBLICA, 2016, *online*). Ao todo, foram contabilizados 79 projetos em 12 estados brasileiros e no Distrito Federal, dos quais a maioria surgiu entre 2013 e 2015.

Outra pesquisa desenvolvida pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da Universidade de São Paulo (USP) somou ao Mapa outras informações, chegando a 181 arranjos, dos quais 70 são sediados em São Paulo (FIGARO, 2018). Assim como na cartografia da Agência Pública, a maior parte dos arranjos participantes do estudo foi criada entre 2013 e 2015.

Experiências de mídia independente na rede digital estão sendo registrada na América Latina há, pelo menos, duas décadas. O relatório Ponto de Inflexão (2016) analisou cem projetos de quatro países (Argentina, Brasil, Colômbia e México), iniciados entre 1998 e 2016. Destes, grande parte surgiu a partir de 2010, especialmente entre 2014 e 2015. A pesquisa considera que a busca por arranjos alternativos no contexto latino-americano está diretamente relacionada à polarização política e à concentração do mercado de mídia na região. O relatório também constatou que a sustentabilidade desses grupos baseia-se na diversificação das fontes de receita, identificando, ao menos, 15 fontes de recursos, incluindo eventos, as­sinaturas, financiamento coletivo, treinamentos, consultorias e conteúdo pa­trocinado.

Historicamente, questões econômicas – origem de financiamentos, verbas publicitárias e formas de pressão de anunciantes e acionistas – têm se sobreposto à independência de jornalistas e organizações de mídia. A premissa de que “quanto mais financiadores, mais independentes seremos” não está totalmente errada, como defendem Assis, Camasão, Silva e Christofoleti (2017), no entanto, o bloqueio absoluto a qualquer tipo de influência externa mostra-se, na visão dos autores, utópico e impraticável. Dessa forma, toda mídia independente é independente em relação a algo ou alguém, mas nunca imune a todas as forças externas. A frágil relação institucional e os poucos recursos disponíveis pode, pelo contrário, favorecer pressões externas (KARPPINEN e MOE, 2016; ASSIS, CAMASÃO, SILVA e CHRISTOFOLETI, 2017; FIGARO, 2018).

A ideia de mídia independente, como já mencionado neste trabalho, é frequentemente associada ao ativismo, porém, passou a significar também, especialmente nos últimos anos, o jornalismo nativo da internet que é financeiramente independente do “legado da indústria de mídia” (KARPPINEN e MOE, 2016). Esse tipo de arranjo configura-se como uma associação sem fins lucrativos, estabelecendo-se como um mercado de trabalho alternativo às empresas tradicionais, com participação majoritária de jornalistas profissionais. A maior dos projetos é liderada por veteranos da área, que buscam maior liberdade editorial e satisfação pessoal com seu trabalho (SEMBRAMEDIA, 2016). Como conhecem a estrutura tradicional de produção, eles realizam adaptações ao modelo para uma lógica menos hierárquica e centralizadora, mantendo, porém, parte do modelo de organização, como divisão de editorias/áreas, funções/cargos entre outras. Diferente dos coletivos ativistas, nesse tipo de arranjo ocorre (ou objetiva-se conseguir) a remuneração dos colaboradores envolvidos.

**A redação virtual da Ponte Jornalismo**

A Ponte Jornalismo é um grupo especializado na cobertura de Segurança Pública e Direitos Humanos, criado em 2014, na cidade de São Paulo. A equipe fundadora foi, inicialmente, reunida pela Agência Pública para a realização de uma série de reportagens sobre o tema (Segurança Pública e Direitos Humanos). Com a conclusão do trabalho, parte dos jornalistas envolvidos deu início a Ponte. Atualmente, dez pessoas constituem o “núcleo duro”, isto é, integram o time fixo. Além destes, há outros colaboradores esporádicos, que enviam produções de vários estados do país.

O grupo organiza-se a partir de dois núcleos, um dedicado às ações estratégicas – como fontes de financiamento, desenvolvimento de projetos, questões jurídicas, entre outras – e o outro responsável pelo editorial – que produz todos os conteúdos, incluindo o canal de podcast. O dia a dia da Ponte, no que tange à produção editorial, é feito por três pessoas, sendo dois repórteres e uma editora (MARIA TERESA CRUZ, 2020)[[12]](#footnote-12). Nota-se que a estrutura de organização do trabalho mantém semelhanças com a mídia tradicional, com o estabelecimento de funções e separação entre as áreas. No entanto, por serem profissionais com experiência na mídia corporativa – em sua maioria – há uma evidente preocupação em convergir eficiência no fluxo de trabalho com a definição de uma lógica de funcionamento menos hierárquica e concentrada:

A maneira como a gente se organiza na Ponte, é diferente dos outros veículos na medida em que a gente não tem uma hierarquia clássica de como é em outras redações. A gente vai descobrindo a melhor maneira de trabalhar dentro de algo que não seja a estrutura das redações tão definida como costuma ser. Apanhamos muito no começo onde a gente achava que tinha que ser totalmente horizontal e todos decidindo tudo o tempo todo. A gente percebeu que não funcionava dessa maneira, aí a gente começou a dividir funções, algumas pessoas são responsáveis por algumas questões e outras são responsáveis por outras, mas mantivemos a capacidade de todo mundo poder ser questionado, de todo o mundo poder ser ouvido sobre todas as questões, acho que isso é uma diferença grande em relação a outras redações (FAUSTO SALVADORI, 2020)[[13]](#footnote-13).

Outra diferença bastante significativa entre a mídia independente – especialmente entre a Ponte Jornalismo – e a mídia tradicional é a relação que estabelecem com as plataformas digitais. Para os arranjos independentes, as tecnologias de informação e os espaços *online* representam mais do que um simples canal para distribuição de seu conteúdo; são utilizados para “dialogar com o público, promover estratégias de crescimento e, principalmente, estabelecer relações de comunicação e trabalho” (FIGARO, 2018, p. 132). O estudo liderado por Figaro identificou que o ambiente digital – em suas múltiplas interfaces – constituí o espaço principal de trabalho para a mídia independente. Isto se intensifica para grupos e coletivos que não possuem um espaço físico ou para equipes que se organizam em rede a partir de cidades/estados diferentes.

A Ponte já teve uma sede física no passado, mas hoje utiliza um espaço compartilhado de trabalho (*coworking*) na cidade de São Paulo. Antes da pandemia, o lugar era utilizado cotidianamente pela equipe do núcleo editorial e para as reuniões semanais de todo o “núcleo duro” do grupo. No entanto, a base para o funcionamento da Ponte sempre esteve no ambiente virtual. O estabelecimento de redações virtuais na mídia independente é bastante comum. Muitas vezes, se dá em função de duas questões que se relacionam: a limitação de recursos e a impossibilidade de dedicação exclusiva dos participantes. Como demonstra o estudo de Figaro (2018), ao menos metade dos sujeitos envolvidos com esses novos arranjos se dedica a outras atividades, ou seja, a mídia independente não é seu trabalho principal e nem sua fonte de renda.

Na Ponte, por outro lado, os três membros da equipe editorial são profissionais contratados e remunerados, com dedicação integral ao projeto. Os demais recebem de acordo com a entrada de recursos (FAUSTO SALVADORI, 2020). O estabelecimento da rotina de trabalho, incluindo a discussão das pautas, a produção do conteúdo e o fluxo do material até a publicação, vem sendo modificado e reestruturado desde a criação da Ponte, adaptando-se, constantemente, à realidade (e necessidade) do grupo. Observa-se que, no caso específico da Ponte, a redação virtual constitui o modelo de organização do projeto, ou seja, a transposição do espaço de trabalho para o ambiente digital é uma escolha coletiva (ANTONIO JUNIÃO, 2020)[[14]](#footnote-14).

Silva (2019) explica que uma redação virtual define-se em função do objetivo final: a produção jornalística. A principal função desse espaço é o acompanhamento e controle das atividades, com o estabelecimento de estratégias próprias de organização. Tais estratégias podem se materializar no estabelecimento de regras de uso, de definição de plataformas específicas para determinadas atividades ou ainda com a criação de grupos por editoria/cobertura/função. Para Silva (2019, p. 121), a redação virtual pode ser compreendida como:

(...) o espaço social de organização e controle do trabalho, mas também local onde se dão as inovações das práticas jornalísticas. Por se apresentar como um novo lugar que pode ser articulado ou não com a redação física, o ambiente da redação física é reconfigurado com novas atribuições e papéis na redação virtual. A redação para nós se constitui em espaço e tempo nos quais se operam as ações e decisões sobre o trabalho.

A autora chama atenção ao fato da redação virtual não estar limitada por um tempo-espaço específico, o que, muitas vezes, faz com que os horários pré-definidos de trabalho sejam abolidos. Bennet e Strange (2015) também ressaltam a possibilidade de precarização da vida em função da virtualização das atividades profissionais. A intensificação do trabalho por meio das tecnologias é também observada por Figaro (2018, p. 142). Na avaliação da autora, “há um ganho de tempo impressionante em relação às formas de trabalho jornalístico tradicionais, no entanto, o tempo ganho passa a ser tempo intensificado por atividades sem fim”, porque a lógica que atravessa nossa relação com o trabalho na contemporaneidade é de não tolerar fugas, pausas ou tempo morto.

 Podemos relacionar a observação dos autores à situação atual experimentada por profissionais do mercado de comunicação em decorrência da pandemia, como falamos anteriormente. Enquanto estes estão adaptando-se ao novo ambiente de trabalho virtual e não podem, em função da precarização de seu vínculo de serviço e da cultura hierárquica (FIGARO, 2020), opor-se a essa condição (de intensificação do volume e das horas trabalhadas), quem atua na mídia independente tem maior liberdade para debater a situação e propor regras – próprias ou coletivas – para “humanizar” o trabalho e, se preciso, restringir horários (MARIA TERESA CRUZ, 2020).

 O espaço virtual estabelecido pela Ponte Jornalismo hoje se divide em duas plataformas principais, o *Whatsapp* e o *Trello*. Enquanto o primeiro é utilizado para discussões e decisões mais rápidas e cotidianas, o segundo concentra planejamentos gerais e de longo prazo. Nessa dinâmica, os grupos de mensagens no *Whatsapp* funcionam como editorias ou representam as divisões funcionais do coletivo. Na Ponte, tanto o núcleo estratégico como o núcleo editorial possuem grupos próprios. Há outro que reúne todo o “núcleo duro”, além de grupos formados para coberturas e projetos específicos ou ainda um grupo que congrega a equipe fixa e também os colaboradores eventuais. Já o *Trello*, aplicativo de gerenciamento de projetos, é utilizado pela Ponte para acompanhar o andamento das reportagens do dia e também conteúdos a serem produzidos na semana ou no mês, permitindo uma visão mais geral do trabalho em desenvolvimento de toda a equipe.

Toda a conversa acaba se dando muito no *Whatsapp*. Hoje em dia a gente se divide entre o *Whatsapp* e o *Trello*. O *Trello* foi uma boa solução para a gente, porque conversar e fazer planejamento de pauta só no *Whatsapp* era um inferno. Hoje em dia a gente está bem mais organizado (...). Várias questões do dia a dia, todas as discussões se dão nessas plataformas, embora a equipe física interaja presencialmente no espaço físico do *coworking* da Ponte (FAUSTO SALVADORI, 2020).

 A dinâmica de uso das plataformas no dia a dia do núcleo editorial da Ponte também foi explicada pela editora Maria Tereza Cruz (2020):

Nós três [núcleo editorial] temos um grupo que já foi no *Trello* e hoje é no *Whatsapp*, porque a gente entendeu que essa é a melhor forma (...). Nesse grupo de nós três, eu costumo dizer que é o grupo dos cem metros rasos. Todo dia de manhã eu faço uma reunião por telefone com o Fausto [chefe de redação] que define as diretrizes principais do dia, eu debato uma pauta ou outra com ele. Quando a gente não consegue falar por telefone, trocamos mensagem no particular pelo *Whatsapp*. E na sequência eu faço uma chamada com os dois repórteres, onde eu vejo até como eles estão emocionalmente mesmo, troco uma ideia e vamos para o dia. Nós temos uma organização no *Trello*, que é como se fosse uma tabela de pauta, que tanto o estratégico como o editorial tem acesso. Nesse espaço as pessoas podem opinar, podem sugerir e fazer planos semanais, mensais. Esse grupo de *Whatsapp* e a chamada é mais algo do dia a dia nosso, para decisões mais rápidas.

 Podemos observar que a Ponte criou fluxos e dinâmicas próprias para funcionar tendo como base as plataformas digitais. Como são, em sua maioria, jornalistas habituados com a rotina clássica de uma redação, nota-se que muitos processos e atividades têm como referência as empresas tradicionais, adaptando-se ao ambiente virtual e a lógica própria da mídia independente. Tendo uma rotina de funcionamento já estabelecida de forma remota, a equipe da Ponte sofreu poucas alterações com a chegada da pandemia (e do isolamento social). O núcleo editorial, único que atuava no espaço físico da Ponte, foi liberado para trabalhar de casa; a reunião semanal da equipe, que antes era presencial, passou a acontecer por vídeo-chamada; e as coberturas *in loco* foram reduzidas, gerando um impacto mais significativo no trabalho fotográfico (FAUSTO, SALVADORI, 2020).

 O uso das redes sociais digitais para a apuração e contato com as fontes, que já era comum, se intensificou. O *Whatsapp* é um canal importante para diálogo e relação entre a equipe, mas também é uma importante ponte com a sociedade, especialmente para recebimento de denúncias (pautas): “Está tendo operação na favela do Moinho – teve essa semana – e tem pessoas sendo agredidas pela polícia, tá acontecendo no momento isso. Então, chega *Whatsapp*: olha tá acontecendo!” (FAUSTO SALVADORI, 2020). Pela especificidade – e risco à segurança – dos assuntos cobertos pela Ponte (violência de Estado e Direitos Humanos), a ferramenta cumpre também uma função de monitoramento do repórter e ou equipe:

A gente quando vai fazer pauta em lugares mais afastados ou com ameaça de violência policial naquele local, a gente tem a orientação de mandar a localização em tempo real no *Whatsapp* pra toda equipe ficar de olho. Tem também que reportar de tempos em tempos o que tá acontecendo, onde está e, dependendo, a gente faz uma pressão direta com a Secretaria da Segurança Pública diante de qualquer situação. Pessoa foi detida, imediatamente a gente já liga, coloca nas redes sociais para fazer uma pressão imediata no poder público em relação a isso (FAUSTO SALVADORI, 2020).

Importante pontuar que, ainda que o estabelecimento de redações virtuais seja uma prática comum na mídia independente, como apontam diversos autores (ASSIS, CAMASÃO, SILVA E CHRISTOFOLETI, 2017; FIGARO, 2018; SILVA, 2019), as estratégias para organização do espaço e seu emprego para o funcionamento do grupo é bastante diverso entre os projetos. Uma dinâmica muito comum, lembrada por Silva (2019), consiste na divisão da equipe entre externa e base. Isto é, quem está na rua coleta e envia os materiais para o grupo na base, responsável por editar e publicar o conteúdo no site e nas redes sociais. Outra especificidade é a escolha das plataformas. O estudo de Figaro (2018) identificou que a utilização do *Telegram* é bastante popular entre os projetos independentes. Além da maior segurança oferecida pela plataforma – com mensagens criptografadas de ponta a ponta –, seu uso também se justifica pela funcionalidade. “Por exemplo, não diminui a qualidade de imagens, pode ser feito o upload de arquivos em diferentes formatos, como Adobe *Ilustrator* e *Indesign*” (FIGARO, 2018, p. 138).

**Conclusões**

 A investigação proposta neste artigo consiste em um primeiro esforço de observação da organização do trabalho na mídia independente. A natureza diversa dos projetos e práticas contidos neste adjetivo – independente –, nos impele a rejeitar definições generalistas e definitivas. Como explicitado pelos próprios entrevistados, a estrutura organizativa, os processos e rotinas de trabalho estão em constante adaptação e modificação nesse tipo de arranjo. A capacidade em reestruturar seu modelo de funcionamento torna-se, no cenário atual de pandemia e condições atípicas de isolamento, um ponto forte para a sobrevivência dessas iniciativas.

 A reorganização do campo profissional que vem sendo proposta por esse tipo de projeto é bastante ampla, mas em vista dos objetivos traçados neste trabalho, lançamos nosso olhar à rotina produtiva, especialmente à transposição dos processos e atividades presenciais de uma redação para o ambiente digital. Nota-se que o trabalho remoto traz questões próprias, como a intensificação do trabalho e/ou uso dos próprios equipamentos/recursos. O diálogo e proposição de alternativas a essas questões estão diretamente relacionadas à cultura e ao tipo de vínculo estabelecido entre colaborador e organização. Podemos compreender, portanto, que em um ambiente onde predomina uma cultura de maior liberdade e autonomia, a equipe se sentirá mais confortável a discutir e propor mudanças no trabalho remoto, tendo maior maleabilidade para modificação da estrutura. O mesmo não se verifica nas grandes empresas, com uma estrutura mais sólida e burocrática, onde as equipes possuem pouca ou nenhuma liberdade para debater adaptações em sua rotina de trabalho.

 O ambiente digital, onde se dá essa nova configuração do trabalho, traz consigo riscos específicos relativos à vigilância, vazamento de dados e/ou *cyber* ataques. Ainda que tais questões não tenham sido discutidas neste artigo, mostra-se necessário que lancemos luz sobre esse tema. Se por um lado as iniciativas independentes são mais maleáveis para adaptar-se, por outro elas são mais vulneráveis e dispõem de menos recursos para sua proteção.

 Por fim, podemos concluir que a adaptação da rotina produtiva às plataformas digitais, como proposto pela Ponte Jornalismo e tantos outros projetos, nos possibilitam repensar o trabalho jornalístico em um futuro próximo. Como já mencionamos, a cultura e o modelo de organização são determinantes para a (re)estruturação dos processos, mas as estratégias de uso e as apropriações das plataformas para fluxo de trabalho nos ajudam a pensar o Jornalismo no atual cenário e, talvez, no futuro. Ainda que os impactos da pandemia e do isolamento social possam afetar o campo econômico (financiamento) ou até emocional dos colaboradores participantes da mídia independente, poucas alterações foram sentidas no dia a dia da produção de conteúdo e na rotina de trabalho da equipe.

**Bibliografia**

AIRES, Janaine; SANTOS, Suzy. **Sempre foi pela família**: mídia e políticas no Brasil. Rio de Janeiro: MAUAD, 2017.

ASSIS, E.; CAMASÃO, L.; SILVA, M.; CHRISTOFOLETI, R. **Autonomia, ativismo e colaboração**: contribuições para o debate sobre a mídia independente contemporânea. Revista Pauta Geral, Ponta Grossa, vol. 4, n.1, p.3 - 20, Jan/Jun, 2017.

BENNETT, James; STRANGE, Niki (Eds.). **Media Independence**. Working with freedom or working for free?. Routledge. Londres, 2015.

BOLAÑO, César. **Indústria Cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

CABRAL, Adilson. **Centro de Mídia Independente:** os primórdios do ativismo digital no Brasil. Curitiba, Appris, 2019.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança Movimentos sociais na era da internet**. Zahar, 2013.

FÍGARO, Roseli (Org.). **As relações de comunicação e as condições de produção**

**no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às**

**corporações de mídia**. São Paulo: ECA-USP, 2018.

FIGARO, Roseli (Org.). **Relatório de pesquisa: Como trabalham os comunicadores em tempos de pandemia da Covid-19**. São Paulo: ECA-USP, 2020.

GOHN, Maria da G. **Manifestações de junho de 2013 no Brasil e praças dos indignados no mundo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

GRINBERG, Máximo. **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis: Editora Vozes, 1987.

KARPPINEN, K.; MOE, H. What we talk about when talk about “Media independence”. **Javnost - The Public**, v. 23, n. 2, p.105-119, 2 abr. 2016.

LORENZOTTI, Elizabeth. **Jornalismo século XXI**. O modelo #MIDIAninja. Rio de Janeiro: E-galáxia. 2014.

LUDD, Ned. (Org.). **Urgência das ruas:** Black Block, Reclaimthe Streets e os Dias de Ação Global. São Paulo: Conrad, 2002.

GRAZIANO, Margarita. **Para una definición alternativa de la comunicación**. Revista Ininco, Caracas, 1980. Disponível em: https://comunicacionymedios.files.wordpress.com/2007/03/graziano-hacia-una-definicion-alternativa-de-comunicacion.pdf. Acesso em: 20/06/2020.

MONTIEL, Aimée Vega; MACHARIA, Sarah (Eds.). **Setting the gender agenda for communication policy:** new proposals from the Global Alliance on Media and Gender. Paris, UNESCO / GAMAG, 2018.

MOSCO, Vincent. **La Economia Política de la Comunicación**: una tradición viva. In: ALBORNOZ, Luis (Comp.), Poder, Médios, Cultura: uma mirada critica desde la Economia Política de la Comunicación, Buenos Aires: Paidós, 2011.

MOROZOV, Evgèny. **To save everything, click here.** The folly of technological solutionism. New York, Public Affairs, 2013.

MOUNK, Yascha. **The People vs. Democracy**. Why Our Freedom Is in Danger and How to Save It. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2018.

NASCIMENTO, Thayane. **O Centro de Mídia Independente**. A política e a estética. Dissertação (mestrado em Ciências Sociais) – Unidade Acadêmica de Pesquisa e Pós-graduação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Rio Grande do Sul, p. 141. 2013.

OS ESCRACHOS e um novo fenômeno de participação social.: **entrevista especial com Ivana Bentes**. IHU on line: revista do Instituto Humanitas Unisinos, São Leopoldo, 23 ago. 2013. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/522986-osescrachos-e-um-novo-fenomeno-de-participacao-social-entrevista-especial-com-ivanabentes>. Acesso em: 20/06/2020.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor**. Revista ECO-Pós, Rio de Janeiro, v.12, n.2, 2009*.*

PÚBLICA, Agência. **O mapa do jornalismo independente**. 2016. Disponível em: https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/. Acesso em: 20/07/2019.

SEL, Suzana. Comunicación alternativa y políticas públicas en el combate latino-americano. In SEL, Suzana (Org.). **La comunicación mediatizada: hegemonías, alternatividades, soberanias**. Buenos Aires, Clacso. 2009.

SEMBRAMEDIA. **Ponto de Inflexão**. Impacto, Ameaças e Sustentabilidade: um Estudo dos Empreendedores Digitais Latino-Americanos. 2016. Disponível em: http://data.sembramedia.org/?lang=pt-br. Acesso em: 20/06/2020.

SILVA, Ana Flávia. **A redação virtual e as rotinas produtivas nos novos arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. Dissertação (mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, p. 233, 2019.

TOSTES, Ana Paula; SILVA, Lucca. **Das praças para as urnas**: movimentos dos Indignados e Occupy Wall Street. Mural Internacional, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, JUL-DEZ, 2015.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo:** a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, v. 2, 2005.

ULDAM, Julie. **Social Media Visibility:** Challenges to Activism. Media Culture& Society, v. 40, n. 1, p. 41-58, 2017.

**Entrevistas**

Antonio Junião, em entrevista concedida à autora por vídeo-chamada, em 10/07/2020.

Fausto Salvadori, em entrevista concedida à autora por vídeo-chamada, em 01/05/2020.

Maria Teresa Cruz, em entrevista concedida à autora por vídeo-chamada, em 14/07/2020.

1. Trabalho submetido ao GT 1 - A cibercultura e sua importância nas novas formas de comunicação humana em tempos de crise do Encontro Virtual da ABCiber 2020. [↑](#footnote-ref-1)
2. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF), com bolsa pela Capes. Integrante do Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência (Emerge/UFF). E-mail: suarez.jaque@gmail.com. [↑](#footnote-ref-2)
3. Importante destacar que a configuração do sistema midiático está diretamente relacionada à política de governo adotada. Isto quer dizer que, apesar de certa estabilidade, a eleição de novos governantes acarreta adoção de novas políticas de comunicação, podendo representar avanços ou retrocessos. [↑](#footnote-ref-3)
4. Participaram da Pesquisa 100 projetos de mídia independente de quatro países latino-americanos: Argentina, Brasil, Colômbia e México, sendo 25 grupos de cada um desses países. [↑](#footnote-ref-4)
5. Os sites de notícias (nacionais) mais acessados no Brasil (Globo.com, 1º; G1, 2º) são do Grupo Globo, o maior conglomerado de mídia do país. Em seguida, ainda entre os cinco primeiros, aparecem os sites UOL, do Grupo Folha; o Portal R7, da Record TV; e o site Terra, de propriedade do grupo espanhol Telefônica. Os dados são da Pesquisa Brasileira de Mídia (2015). Disponível em: < http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/relatorio-final-pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015/view>. Acesso em: 10/06/2020. [↑](#footnote-ref-5)
6. O impacto da pandemia nas redações foi tema de uma reportagem da Agência Pública, disponível em: https://apublica.org/2020/05/jornalistas-arriscam-a-vida-na-crise-do-coronavirus-em-meio-a-demissoes-cortes-de-salario-e-agressoes-do-presidente/. Acesso em: 28/05/2020. [↑](#footnote-ref-6)
7. O movimento, que ficou conhecido como “antiglobalização”, era, antes de tudo, uma ação global de crítica e questionamento ao capitalismo, à internacionalização dos mercados financeiros e à política neoliberal. O movimento se opõe a formas e sistemas de dominação e descriminação e faz um chamamento a uma atitude de confronto, à ação direta e à desobediência civil, utilizando como principal tática as manifestações-bloqueio, que incomodaram as grandes organizações e autoridades do capital, especialmente entre os anos de 1998 e 2001, impedindo e dificultando reuniões e chamando a atenção do mundo para o tema. [↑](#footnote-ref-7)
8. Compreendemos por Indignados as ondas de protestos e ocupações de espaços públicos que atingiram países do mundo árabe (norte da África e parte da Ásia), da Europa, da América latina, além dos Estados Unidos. O termo tem origem no livro “Indignai-vos!”, do filósofo francês Stéphane Hessel (2011). Tais eventos também ficaram conhecidos por: Primavera Árabe, 15M (ou indignados), Ocupe Wall Street e Jornadas de Junho no Brasil. [↑](#footnote-ref-8)
9. Ver Mídia e Rua: a cobertura independente das manifestações no Rio de Janeiro (BASTOS, 2018). Disponível em: https://issuu.com/jaquelinesuarezb/docs/livro\_m\_diaerua\_jaquelinesuarez\_\_2\_. Acesso em: 05/07/2020. [↑](#footnote-ref-9)
10. “A associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) analisou 113 casos de agressão contra jornalistas ocorridos nos protestos de 2013 e concluiu que, em 70 deles, o ataque foi deliberado. Ou seja, ataques realizados a despeito da identificação das vítimas como profissionais da imprensa. Do total de 70 ataques deliberados, forças de segurança protagonizaram o correspondente a 78,6% episódios. São Paulo e Rio foram as cidades com maior número de casos de agressão deliberada” (LORENZOTTI, 2014, p. 61). [↑](#footnote-ref-10)
11. O Mapa do Jornalismo Independente da Agência Pública está disponível em: https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/. Acesso em: 20/01/2020. [↑](#footnote-ref-11)
12. Maria Teresa Cruz é jornalista e editora da Ponte Jornalismo. Entrevista concedida à autora em 14 de Julho de 2020 por vídeo-chamada durante o período de isolamento social em decorrência da pandemia de Covid-19 no Brasil. [↑](#footnote-ref-12)
13. Fausto Salvadori é jornalista e diretor de redação da Ponte Jornalismo. Entrevista concedida à autora em 1º de Maio de 2020 por vídeo-chamada durante o período de isolamento social em decorrência da pandemia de Covid-19 no Brasil. [↑](#footnote-ref-13)
14. Antonio Junião é ilustrador e diretor de arte e projetos especiais da Ponte Jornalismo. Entrevista concedida à autora em 10 de Julho de 2020 por vídeo-chamada durante o período de isolamento social em decorrência da pandemia de Covid-19 no Brasil. [↑](#footnote-ref-14)