



**Formas de financiamento do jornalismo no mercado de trabalho: um estudo sobre a campanha do Jornalistas Livres<sup>1</sup>**

**Forms of financing journalism in the labor market: a study on the campaign of Free Journalists**

Fernanda Al-Alam Ribeiro

**Palavras-chave:** Jornalismo; Trabalho; Liberdade.

Algumas mudanças no atual mundo do trabalho vêm transformando a relação sindicato - sociedade; o que vemos é um crescente número de trabalhadores informais e uma lógica de trabalho que se complexifica através da mediatização da sociedade e dos meios de produção. No Jornalistas Livres essa lógica se apresenta como primordial já na criação do coletivo, no qual liberdade vai funcionar como “palavra de ordem” dentro do mercado de jornalismo.

A força da palavra “Liberdade” é trazida para reforçar a necessidade de mudança nos regimentos implícitos de contrato entre jornalistas e empresas. A proposta é pensar a construção do coletivo Jornalistas Livres, através do vídeo publicado para campanha de financiamento coletivo em 2015.

O vídeo divulgado pelo coletivo apresenta bons aspectos para pensar o jornalismo na ambiência de uma sociedade em mediatização. Parece apropriado entender as lógicas propostas pelo coletivo do que é um “jornalista livre”. No material analisado algumas falas parecem jogar luz em temas que compõem essa ideia de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao III Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 6 a 10 de maio de 2019.



## III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

---

---

liberdade, como referências a “contar de verdade o que acontece”, “grandes redações colaborativas”, “sustentabilidade financeira e autonomia para o jornalista”. Que profissional se constrói nesses discursos, é um ponto a ser pensado nessa pesquisa.

Sendo este o coletivo de jornalismo com maior número de profissionais no Brasil, as narrativas em torno dos dispositivos jornalismo e informação são de grande importância para o campo de estudos da comunicação. Hoje encontramos um profissional em transformação, buscando entender o seu contexto social midiatizado e as brechas possíveis para a reestruturação da profissão. Vejo que as críticas feitas pelo coletivo ao jornalismo tradicional são muitas, porém cabe entender o que se propõe aos profissionais da notícia, e mais ainda ao Jornalismo.

Creio que a possibilidade desses tensionamentos se dá por uma transformação nos modos de comunicação da atualidade, pois a mídia agora se alarga para além dos dispositivos tradicionais vemos surgirem a cada ano dezenas iniciativas comunicacionais. Essas iniciativas podem ser encontradas em um mapa que foi criado pela Agência Pública, para publicizar práticas de jornalismo sem fins lucrativos pelo Brasil.

### **Um breve histórico do coletivo Jornalistas Livres**

A construção do coletivo “Jornalistas Livres”, ocorrida em março de 2015. conforme conta, em entrevista, uma das idealizadoras do projeto – Maria Carolina Trevisan – o coletivo Jornalistas Livres surge com a emergência de cobrir manifestações populares. De acordo com ela, o projeto se propõe a repensar as formas do fazer jornalístico no Brasil. Para a jornalista, é imprescindível que se construam formas de jornalismo livre para a cobertura de tais acontecimentos.

No site [www.jornalistaslivres.org](http://www.jornalistaslivres.org) as editorias estão divididas em: Moradia, Política, Direitos Humanos (GLBT, Feminismo, Negros, Índios, Imigrantes e Refugiado), Cultura e Educação. Aqui, vê-se uma emergência em trazer os temas das



## III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

---

---

minorias, que ganham uma notória visibilidade através da arquitetura do site. Ainda é interessante o alto fluxo de matérias publicadas para um veículo independente.

O contexto de criação do coletivo em 2015 se explica por um momento de grande polarização da sociedade brasileira, em torno do primeiro ano, do segundo mandato, da Presidente eleita Dilma Rousseff. Após um ajuste fiscal em fevereiro de 2015, a aprovação da Presidente caiu para 23%, gerando protestos e uma crise econômica fortemente noticiada pela grande mídia.

Em meio a esta “crise” no cenário econômico e outros fatores como a Operação Lava Jato, vê-se um crescimento exponencial na polarização da sociedade. Surgem grupos de oposição ao governo como “Vem Pra Rua”, “Movimento Brasil Livre” e “Revoltados Online” que através das redes sociais convocam a sociedade para uma manifestação no dia 15 de maio de 2015, trazendo como pauta o impeachment de Dilma Rousseff. Como resposta partidos de esquerda, centrais sindicais e movimentos sociais organizaram um ato, que ocorreu dia 13 de março de 2015, apesar de criticar as medidas de ajuste fiscal, os manifestantes se declararam contra o impeachment da presidente, sendo a defesa da democracia um dos motes do ato.

É neste contexto que surge o coletivo Jornalistas Livres, com o intuito inicial de cobrir os atos marcados para os dias 13 e 15 de março de 2015 - segundo integrantes do coletivo, foi um encontro de amigos jornalistas, descontente com as coberturas realizadas pela grande mídia, no qual construía narrativas a favor da polarização social. A cobertura realizada pelo coletivo obteve grande circulação nas redes sociais, o que oportunizou a ideia de criar uma rede de coletivos para cobertura de outras pautas.

Com a criação do projeto Jornalistas Livres assentado, o coletivo começou a pensar em formas de financiar a realização das condições de trabalho para novas coberturas. Em agosto de 2015 é lançada através da plataforma Catarse a campanha de crowdfunding, no qual se pretendia adquirir a quantia de cem mil reais para cobrir



## III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

---

---

despesas de aluguel de sede, construção do site, aquisição de equipamentos e expandir a rede pelo Brasil.

Para a realização da campanha de crowdfunding o coletivo divulgou um audiovisual com alguns integrantes do coletivo (8 jornalistas, 2 fotógrafos, um ativista e uma advogada), contando como surgiu a proposta, tencionando as formas de fazer jornalismo no Brasil e justificando a importância do coletivo para o atual momento. O audiovisual lançado pelo coletivo marca o lugar de fala de cada integrante, como o primeiro material institucional divulgado, portanto rico para a pesquisa que se inicia.

Este material, divulgado na plataforma de crowdfunding, aponta pistas de uma proposta de Jornalismo, que em sua essência pouco inova, porém quando pensamos que esses conceitos estão sendo aplicados em uma sociedade em midiatização as lógicas mudam. Ou seja, o tradicional conceito de Jornalismo a partir da apuração, relevância, utilidade pública, precisão entre outros se mantém na fala dos integrantes, a mudança que vemos é na forma de realizá-lo, pois os padrões de produção e recepção se complexificam transformando assim as práticas jornalísticas.

Nos discursos proferidos por cada integrante, no vídeo acima citado, parece notável a urgência de se pensar a crise do jornalismo. Para uma reflexão costurada trago um resumo de trechos que me parecem mais pertinentes para pensar:

Logo no início do vídeo Carolina Trevisan (jornalista) descreve a necessidade de ter pessoas no chão, no meio da manifestação contando de verdade o que acontece; em seguida Larissa Gould (jornalista) irá lembrar a importância de uma contra-narrativa no atual contexto brasileiro; já Bia Abramo (jornalista) cita tratar-se de jornalistas distantes da narrativa das mídias tradicionais; Haroldo Ceravolo salienta a importância de restaurar a confiança no jornalismo e na produção jornalística; Rafael Vilela (fotógrafo) explica a necessidade de criar grandes redações colaborativas, para dar conta do grande desafio que é narrar o Brasil; para Victor Amatucci (jornalista) deve-se contar de uma forma diferente que a história é contada, todos os dias pelo cartel de empresas que



## III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

---

controlam o jornalismo; Eliane Dias (advogada) acha que devemos ser fieis ao que acreditamos e que os jornalistas só falam o que os patrões querem que seja dito; Vinicius Souza (fotógrafo) lembra a importância de mecanismos de sustentabilidade financeira para que o trabalho do jornalismo seja bem feito, citando ainda que “jornalista tem que ser livre, essa é a ideia”; já para Adriano Diogo (ativista) jornalismo não pode usar recurso partidário ou empresarial, e sim, de pessoas que acreditam que a notícia tem que correr pelo mundo, florestas, periferia e qualquer quebrada; já ao final do vídeo Laura Capriglione (jornalista) afirma “por tudo isso o Jornalistas Livres precisa de você”.

Percebe-se logo no início na fala de Capriglione, a ideia de proximidade do jornalista com a multidão; ou seja, trata-se de um jornalista chão de fábrica a produção sendo construída em parceria com a “recepção”, conforme Fausto a complexidade dos papéis de produtor e receptor. Ceravolo fala de restaurar a confiança na produção jornalística, Vilela em grandes redações colaborativas e Souza na sustentabilidade financeira e que jornalista tem que ser livre.

Acredito que o vídeo apresentado pelo coletivo trás bons aspectos para pensar o jornalismo na ambiência de uma sociedade em mídia e processos, cabe entender a lógica proposta pelo coletivo de um jornalista livre, que tipo de liberdade esta se tratando ali? E portanto se torna um material rico para a construção do artigo na qual proponho aqui.



## III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

---

### Referências bibliográficas

BRAGA, José Luiz. **Circuitos versus campos sociais**. In: MATOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda Aparecida. *Mediação e Mediatização: Livro Compós 2012*. Salvador/Brasília: UFBA/COMPÓS, 2012. p. 31-52. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/k64dr/pdf/mattos-9788523212056-03.pdf>

\_\_\_\_\_. **Lógicas da mídia, lógicas da mediatização?** In: FAUSTO NETO, Antonio; ALSEMINO, Natalia Raimondo; GINDIN, Irene Lis (orgs), *CIM – Relatos de Investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosário: UNR Editora, 2015, p. 15-32.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

CADIMA, Rui. **Sobre o digital: convergência, divergência, fractura**. In: SÁÁGUA, João; CÁDIMA, Rui (orgs.) *Comunicação e Linguagem: Novas convergências – Livro de homenagem ao Prof. Adriano Duarte Rodrigues*. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2015.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FAUSTO NETO, Antonio. **A circulação além das bordas. Mediatización, Sociedad y Sentido: Diálogos Brasil y Argentina**. Rosário: UNR, 2010. p. 2-17.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo: do chão da fábrica aos novos processos de redesenho da profissão na sociedade em vias de mediatização**. 2015. Disponível em <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/view/24692>

GOMES, Pedro Gilberto. **Dos Meios à Mediatização: um conceito em evolução**. São Leopoldo: UNISINOS, 2017.

SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter: as conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 1999. 204p.

VERÓN, Eliseo. **Teoria da mediatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas conseqüências**. In: *Revista Matrizes*. São Paulo: volume 8, no 1, jan/jun de 2014.