

Mariana da Rosa Silva

**TENSÕES ENTRE O ALTERNATIVO E O CONVENCIONAL:  
ORGANIZAÇÃO E FINANCIAMENTO NAS NOVAS  
EXPERIÊNCIAS DE JORNALISMO NO BRASIL**

Dissertação submetida ao Programa de  
Pós-graduação em Jornalismo da  
Universidade Federal de Santa  
Catarina para a obtenção do Grau de  
Mestre em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Rogério  
Christofoletti

Florianópolis  
2017

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Silva, Mariana da Rosa

Tensões entre o alternativo e convencional :  
Organização e financiamento nas novas experiências  
de jornalismo no Brasil / Mariana da Rosa Silva ;  
orientador, Rogério Christofolletti, 2017.  
396 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de  
Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão,  
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo,  
Florianópolis, 2017.

Inclui referências.

1. Jornalismo. 2. Jornalismo. 3. Jornalismo  
Alternativo. 4. Organização e financiamento. 5.  
Campo jornalístico. I. Christofolletti, Rogério. II.  
Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de  
Pós-Graduação em Jornalismo. III. Título.

Mariana da Rosa Silva

**TENSÕES ENTRE O ALTERNATIVO E O CONVENCIONAL:  
ORGANIZAÇÃO E FINANCIAMENTO NAS NOVAS  
EXPERIÊNCIAS DE JORNALISMO NO BRASIL**

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre em Jornalismo” e aprovada em sua forma final Programa de Pós-graduação em Jornalismo.

Florianópolis, 11 de setembro de 2017.

---

Prof.<sup>a</sup> Raquel Ritter Longhi, Dr.<sup>a</sup>  
Coordenador do Curso

**Banca Examinadora:**

---

Prof. Rogério Christofolletti, Dr.  
Orientador  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof.<sup>a</sup> Paula Rocha, Dr.<sup>a</sup> (Videoconferência)  
Universidade Estadual de Ponta Grossa

---

Prof.<sup>a</sup> Gislene da Silva, Dr.<sup>a</sup>  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Jacques Mick, Dr.  
Universidade Federal de Santa Catarina

## AGRADECIMENTOS

Por mais solitário que pareça, e de fato seja em parte, o caminho percorrido na produção de uma dissertação é fruto de um esforço coletivo e, em especial, de uma sequência de parcerias. Agradeço a professora Cárilda Emerim por conduzir inicialmente o projeto (e por todo o carinho que sempre houve e permanece entre nós), e ao professor Rogério Christofolletti pela disposição em acolher a proposta e por dar ao trabalho de orientação um ritmo sempre dinâmico que foi essencial para que pudéssemos chegar aos resultados apresentados.

Igualmente, agradeço a confiança de todas as iniciativas que se dispuseram a fornecer informações para a pesquisa e partilhar dos seus percursos na busca por outras formas de fazer e pensar o jornalismo. Aos integrantes dos coletivos Vaidapé e Cidades para Pessoas, com quem tive a oportunidade de conviver no período da observação, agradeço pela disposição em me receber nos seus respectivos espaços e por dividirem a reflexão sobre o tema da pesquisa com uma entrega que ficará marcada na minha vivência como pesquisadora. A Clara Caldeira, Victor Santos e Ana Magalhães agradeço pela disposição em colaborar e mediar diversos contatos essenciais para a pesquisa: a atenção dada foi preciosa para que eu conseguisse avançar nas diferentes etapas do trabalho em campo.

A viabilização de toda essas trocas que se estabeleceram e dão forma ao trabalho teve também amparo em muitas ajudas sem as quais, certamente, não teria sido possível chegar aos mesmos resultados.

Agradeço em especial às amigas Ana Carolina Paci e Marianne Ternes, respectivamente, pela generosa hospedagem em São Paulo e pela ajuda com a transcrição das entrevistas. Igualmente, agradeço a Pró-reitoria de Pós-graduação por disponibilizar auxílio para custear a viagem e a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior pela concessão da bolsa de pesquisa para dedicação ao projeto.

Os resultados que se consolidam na escrita da dissertação são parte de um caminho que começa antes disso e se traça também em muitos espaços de discussão coletiva. Nesse sentido, agradeço ao professor Jacques Mick e ao colega Aldo Antônio Schmitz pela realização, em 2014, do seminário “Bourdieu e o Campo Jornalístico”, que me ajudou muito a situar as questões que depois dariam origem ao projeto da pesquisa. Da mesma forma, agradeço aos colegas de turma e aos colegas dos projetos Objethos e GPS Jor pelas discussões sobre o jornalismo. E, igualmente, aos colegas do site O Barato de Floripa (agradeço novamente e, em especial, a Clara Caldeira), pela ousadia em tentar o diferente. As ideias trocadas em todos esses espaços foram um

estímulo constante para a construção da proposta de pesquisa e o seu posterior desenvolvimento. Ao longo dos últimos dois anos, várias vezes as pessoas me perguntavam como era fazer mestrado – e eu nunca sabia o que responder. Antes de passar aos próximos agradecimentos sinto vontade de voltar a esta pergunta e, quem sabe assim, dar uma dimensão do que significaram as parcerias que aconteceram em paralelo à produção da pesquisa. Passada a experiência, tenho a impressão de que a melhor definição é a dada por um grande amigo meu, que me avisou que o mestrado era um “tapa na cara”. Uma advertência: engana-se quem imagina que isso se relaciona à dimensão institucional e aos muitos estereótipos atribuídos à vida acadêmica – a burocracia, a competitividade, a pressão pela produtividade e todas essas coisas que se diz por aí. Tudo isso até pode existir, mas o mestrado é um tapa na cara, simplesmente, por ser uma dessas situações que coloca o sujeito diante de si. E, às vezes, estar diante de si (dos seus desejos, dos seus medos, das suas escolhas) pode ser um espinhoso abacaxi que a vida te dá pra segurar ou descascar como puder. Foi assim pra mim. Alguns participaram deste processo sem saber, simplesmente por serem pessoas que passaram pela minha vida nos últimos anos e me ensinaram coisas, algumas que só consigo entender agora. Outros, poucos e corajosos, viram bem de perto algumas cascas do abacaxi sendo arrancadas, a estes agradeço pela escuta paciente e pela acolhida que foi em alguns momentos como um sopro de fôlego para um corpo bastante cansado e, por fim, doente. Agradeço aos meus pais, Jussara e Maurício, pelo apoio e generosidade de sempre. A minha irmã, Heloísa, por adivinhar por onde andam meus pensamentos, perceber as palavras que eu preciso ouvir e me ajudar sempre. A todos os meus amigos, os que já estavam por perto, por me encorajarem e torcerem por mim desde sempre, e os que chegaram, por serem como presentes da vida para dividir um momento tão intenso.



*Somos lo que hacemos, y sobre todo lo que hacemos para cambiar lo que somos: -nuestra identidad reside en la acción y en la lucha. Por eso la revelación de lo que somos implica la denuncia de lo que nos impide ser lo que podemos ser. Nos definimos a partir del desafío y por oposición al obstáculo.*

(Eduardo Galeano)





## RESUMO

Observa-se nos últimos anos o crescimento no jornalismo brasileiro de experiências alternativas nativas da internet que questionam o modelo de negócio praticado pela grande mídia e destacam em suas propostas o esforço em dar visibilidade a um conjunto de causas sociais. A dissertação se propõe a contextualizar o surgimento de tais iniciativas a partir do referencial da teoria dos campos sociais de Pierre Bourdieu, voltando-se para a seguinte questão: em termos de organização e financiamento, o que propõem as experiências alternativas em relação às iniciativas convencionais de jornalismo no Brasil? A pesquisa adota como procedimentos metodológicos os estudos de casos múltiplos com múltiplas unidades de análise e observação participante, com realização de um levantamento sobre os modelos de financiamento e organização em 30 iniciativas criadas entre 2013 e 2015 no Brasil, e um estudo de caso aprofundado sobre os coletivos Cidades para Pessoas e Revista Vaidapé. De modo geral, os resultados indicam certa fragilidade das novas experiências que, em sua maioria, ainda não apresentam modelos consolidados de organização e financiamento. De outra parte, fica evidenciada a intensidade do conflito que se trava no campo jornalístico brasileiro: o fato de não se ter as condições ideais para operação é superado pelo que parece ser uma urgência pela criação de espaços alternativos ao jornalismo convencional. Os estudos de caso reforçam tendências identificadas na amostra e, de forma pontual, chamam a atenção para o fato de que mesmo adotando estruturas distintas da convencional é possível reproduzir de forma indesejada aspectos característicos desta.

**Palavras-chave:** Jornalismo alternativo. Mídia independente. Organização. Financiamento. Campo jornalístico.



## ABSTRACT

It is observed in the last years in Brazilian journalism the growth of internet native alternative experiences that question the business model practiced by the mainstream media and highlight in their proposals the effort to give visibility to a set of social causes. The dissertation proposes to contextualize the emergence of such initiatives from the frame of Pierre Bourdieu theory of social fields, turning to the following question: in terms of organization and financing, what propose alternative experiences in relation to conventional initiatives of journalism in Brazil? The research adopts the methodological procedures of multiple case studies with multiple units of analysis and participant observation, with the realization a survey about financing and organization models in 30 initiatives created between 2013 and 2015 in Brazil, and in-depth case study on the collective Cidades para Pessoas and Revista Vaidapé,. In general, the results indicate a certain fragility of the new experiences, which, for the most part, do not yet have consolidated models of organization and financing. On the other hand, the intensity of the conflict in the Brazilian journalistic field is evidenced: the fact that one does not have the ideal conditions for operation is surpassed by what seems to be an urgency for the creation of alternative spaces to conventional journalism. The case studies reinforce trends identified in the sample and, in a specific way, draw attention to the fact that even adopting structures different from the conventional one can reproduce in an undesired way aspects characteristic of this..

**Keywords:** Alternative journalism. Independent media. Organization. Financing. Journalistic field.



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>15</b>
<b>1 CARACTERÍSTICAS E DINÂMICAS DOS CAMPOS: O JORNALISMO E A PRODUÇÃO CULTURAL</b> .....	<b>22</b>
1.1 A NOÇÃO DE CAMPO E A PRODUÇÃO CULTURAL... ..	23
1.2 O CAMPO JORNALÍSTICO NA OBRA DE BOURDIEU . . . . .	30
1.3 FORMAÇÃO HISTÓRICA DO CAMPO JORNALÍSTICO NO BRASIL.....	37
<b>2 ORGANIZAÇÃO E FINANCIAMENTO NO MODELO CONVENCIONAL</b> .....	<b>50</b>
2.1 JORNALISMO E CAPITALISMO: O JORNAL EMPRESA E A NOTÍCIA COMO MERCADORIA .....	50
2.2 ORGANIZAÇÃO INTERNA E TOMADA DE DECISÃO. . . . .	58
2.3 OUTROS MODELOS DE ORGANIZAÇÃO E FINANCIAMENTO.....	67
2.4 ALTERNATIVA A QUÊ?.....	70
<b>3 ORGANIZAÇÃO E FINANCIAMENTO NAS NOVAS EXPERIÊNCIAS DE JORNALISMO NO BRASIL</b> .....	<b>78</b>
3.1 APRESENTAÇÃO DOS PROJETOS QUE COMPÕEM A AMOSTRA .....	79
3.2 ANÁLISE.....	86
<b>4 DOIS PERCURSOS DESVIANTES NO CAMPO: REVISTA VAIDAPÉ E CIDADES PARA PESSOAS</b> .....	<b>91</b>
4.1 REVISTA VAIDAPÉ .....	92
4.1.1 “Odeia a mídia? Seja a mídia!” .....	94
4.1.2 Velho vs. novo – Novas práticas no campo?.....	104
4.2 CIDADES PARA PESSOAS .....	114
4.3 O sujeito e a cidade: o jornalismo como ferramenta de investigação da vida urbana .....	115
4.4 O sujeito e as estruturas: em busca de espaço para a subjetividade.....	124
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>130</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>137</b>

<b>APÊNDICE A – Questionário sobre organização e financiamento em iniciativas criadas entre 2013 e 2015 no Brasil.....</b>	<b>147</b>
<b>APÊNDICE B – Quadro completo de respostas ao questionário sobre organização e financiamento em iniciativas criadas entre 2013 e 2015 no Brasil.....</b>	<b>152</b>
<b>APÊNDICE C – Entrevistas com integrantes dos coletivos Revista Vaidapé e Cidades para Pessoas .....</b>	<b>173</b>
<b>APÊNDICE D – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.....</b>	<b>394</b>

## **INTRODUÇÃO**

O jornalismo, de modo tradicional, se constitui como uma atividade liberal que se consolida a partir de uma determinada lógica de organização. Esse modelo, que varia com o tempo, mantém como características primordiais a propriedade privada e a hierarquização da produção por meio de rotinas produtivas que variam pouco entre diferentes sistemas, são específicas da atividade. Embora essa lógica convencional de organização e produção caracterize a atuação do jornalismo e da mídia em geral na sociedade, sempre existiram paralelamente experiências que buscam romper em algum nível com esse modelo. Nessa pesquisa, nos detemos nestas experiências que se dão fora da estrutura tradicional.

O desenvolvimento do jornalismo ocorre de forma bastante próxima ao capitalismo, os primeiros relatos periódicos têm como objeto as trocas comerciais e, nesta relação, as notícias se tornam também uma mercadoria (CORNU, 1999). Mas não uma mercadoria qualquer, como pontua Adelmo Genro Filho (2012). Partilhamos da visão do autor de que o jornalismo não pode ser reduzido às condições de sua gênese histórica, nem à ideologia burguesa (GENRO FILHO, 2012). Desta forma, um dos pressupostos do nosso trabalho é que o jornalismo, mesmo sendo fortemente associado ao capitalismo, tem particularidades que extrapolam esta estrutura e, por isso, deve ser analisado para além do modelo liberal.

É compreensível que o modelo liberal seja o mais estudado tendo em vista que o mesmo é o que, historicamente, ocupa mais espaço na sociedade. Atualmente, os principais representantes deste modelo são os grandes grupos de comunicação, de forma que seja corrente a visão de que “não há como analisar a prática do jornalismo fora desse contexto”, como pontua Moretzsohn (2002, p. 128). Ao propor a análise da prática que ocorre fora dessa estrutura, contudo, não ignoramos completamente tal contexto uma vez que entendemos que o surgimento de experiências fora deste modelo, sobretudo atualmente, parece uma reação aos diversos indícios de esgotamento do mesmo.

Uma das principais implicações da estrutura produtiva liberal para o jornalismo é a falta de autonomia, tanto no âmbito da prática profissional em si quanto do campo como um todo. No caso da primeira, isso se deve, sobretudo, à hierarquização das funções no processo de produção das notícias, uma consequência direta da industrialização dos jornais (LAGE, 2012) que ainda se mantém em essência atualmente, no contexto pós-industrial. Em relação à autonomia do campo jornalístico, a dependência da publicidade para o financiamento da produção – característica que também é herdada da configuração industrial que confere ao jornal o caráter de um produto de massa (LAGE, 2012; BAHIA, 2009) – estabelece uma dependência do campo econômico que, de acordo com Bourdieu (2005)<sup>1</sup>, se acentua com implicações diretas na produção de conteúdo, que passa a ter em vista os índices de audiência.

<sup>1</sup> Na perspectiva de Bourdieu (2005), a relação com o campo político é também central para o entendimento do campo jornalístico, tratamos deste aspecto com mais atenção no primeiro capítulo do trabalho.

Desta forma, entendemos que o surgimento de experiências alternativas atualmente parece ter um forte caráter de busca por mais autonomia nestes dois aspectos, tendo em vista que muitas propostas questionam não apenas o modelo de negócio original, mas também a forma de organização da produção, adotando formatos distintos, como, por exemplo, o de coletivos horizontais.

Essa busca por fazer um jornalismo diferente sempre esteve presente em maior ou menor grau na história da prática jornalística, no entanto, em nossa perspectiva ela se acentua no contexto contemporâneo diante da crise de modelo de negócios, a dificuldade de sustentar o mesmo financeiramente na escala habitual e, por outro lado, o fato de este modelo dar indícios claros de questionamento da sua legitimidade, tanto por parte do público, quanto por parte dos jornalistas em si, que parecem buscar novos espaços de atuação devido às condições cada vez mais precárias de trabalho, mas também por um posicionamento ideológico, como fica bastante claro no caso de coletivos jornalísticos que levantam a bandeira do midialivrismo.

Tendo em vista esse contexto, fica colocada a questão de *como fazer um jornalismo diferente*. Deste amplo questionamento, delimitamos como pergunta da pesquisa: em termos de organização e financiamento, o que propõem as novas experiências de jornalismo em relação às iniciativas convencionais no Brasil?

A escolha deste recorte se baseia na perspectiva de pesquisas nacionais e internacionais que tomamos como referencial teórico para nosso trabalho (PERUZZO, 2009; ATTON, 2002; DOWNING, 2001; SANDOVAL e FUCHS, 2010). Para Peruzzo (2009, p. 140), os elementos que caracterizam a comunicação popular comunitário ou alternativa “estão no processo, nas práticas sociais, nas relações que se estabelecem, e não no tipo de veículo utilizado, nem em outra característica qualquer (linguagem, propriedade, formato) tomada isoladamente”.

Da mesma forma, a partir da leitura de Duncombe (1997)<sup>2</sup>, Atton (2002) pontua que não é conteúdo de um texto em si que denota a natureza radical de uma mídia, mas sim a posição do trabalho no que diz respeito às relações de produção. A defesa de uma estrutura de autogerenciamento como diferencial é defendida também na abordagem

<sup>2</sup> Cf. DUNCOMBE, Stephen. Notes from underground: zines and the politics of alternative culture. Londres: Verso Press, 1997.



de Downing (apud ATTON, 2002)<sup>3</sup> e na perspectiva de Sandoval e Fuchs (2010) que entendem que a caracterização de uma mídia como alternativa deve partir de uma estrutura que permita uma relação dialética entre os atores e estruturas envolvidos no sistema de mídia, formando assim uma mídia crítica.

Uma das principais dificuldades da pesquisa neste tema é o fato de não haver uma definição que dê conta de toda a gama de experiências que acontecem fora do âmbito do jornalismo convencional. O termo mais corrente para se referir a este tipo de prática, “jornalismo alternativo”, se mostra uma espécie de guarda-chuva aonde se abrigam iniciativas variadas, que muitas vezes possuem propostas ou abordagens semelhantes, mas naturezas significativamente distintas<sup>4</sup>. Seu uso é questionado tanto na academia, quanto entre os profissionais. Autor do conceito de mídia radical, John Downing adverte que tudo é uma alternativa a alguma coisa em certa medida. No Brasil, a jornalista Natalia Viana, diretora da Agência Pública, defende o uso do termo independente em detrimento de “alternativa” (XAVIER, 2015).

Considerando o recorte de nosso objeto, optamos por nos referirmos às iniciativas estudadas na pesquisa como *novas experiências de jornalismo no Brasil*, tendo em vista que são iniciativas criadas recentemente e que se contrapõem, em alguma medida, ao modelo tradicional de se fazer jornalismo – que no âmbito do trabalho será abordado como *jornalismo convencional*. Sublinhamos os dois sentidos presentes no termo *novo* colocado desta forma, iniciativas recentes que reproduzem em essência o modelo já estabelecido não atendem ao nosso recorte de pesquisa.

Esta delimitação surge, como abordamos anteriormente, da falta de uma definição específica da qual possamos nos apropriar para observar nosso objeto e também da dimensão do mesmo. Em um primeiro momento, tínhamos em vista as iniciativas brasileiras que mais se destacam atualmente nesse cenário do que se convencionou chamar

<sup>3</sup> Cf. DOWNING, John. *Radical Media: the Political Experience of Alternative Communication*. MA: Boston: South End Press, 1984.

<sup>4</sup> Círcia Peruzzo (2009) caracteriza o jornalismo alternativo a partir de cinco subdivisões – popular alternativo, alternativo colaborativo, alternativo autônomo, político-partidário e sindical – que, no entanto, não adotamos como proposta de classificação tendo em vista a ressalva feita pela própria autora de que as categorias não devem ser usadas para tal fim, uma vez que “as práticas comunicativas de base popular e alternativa tendem a conjugar mais de uma dimensão” (PERUZZO, 2009, p.141).

de jornalismo alternativo ou independente no país. Como, por exemplo, Mídia Ninja, Agência Pública e Jornalistas Livres, projetos que chegamos a cogitar como estudos de caso na fase inicial da pesquisa (SILVA, 2016). Na medida em que avançamos no processo de construção da pesquisa, nos deparamos com novas informações que ampliaram a perspectiva que se tinha antes.

O “Mapa do Jornalismo Independente no Brasil”, publicado em março de 2016 pela Agência Pública, foi fundamental neste sentido. Uma leitura inicial das propostas dos mais de 70 projetos (uma dimensão até então desconhecida) indicados no levantamento nos remete a um conjunto de bandeiras, valores e compromissos éticos específicos do nosso tempo, como direitos humanos, direito à cidade, pluralidade, igualdade de gênero, questão racial brasileira, democratização da mídia, empoderamento feminino, midialivrismo, postura contra-hegemônica ou anticapitalista e crítica à globalização.

Apesar desse denominador comum, de propostas que se relacionam a uma postura de engajamento social, uma análise mais detalhada das informações disponíveis no levantamento sobre as formas de organização e financiamento destes grupos nos indicou que não parece haver unidade quanto ao modelo de organização adotado, como era o caso, por exemplo, das experiências que temos como referência principal de imprensa alternativa no país, como as publicações que fizeram oposição à ditadura civil-militar nos anos 60 e 70, que eram basicamente jornais que se destacavam por bancar uma linha editorial de resistência ao regime (KUCINSKI, 2003). Como pontua Viana (2014), o termo *alternativa* parece se aplicar mais nesse caso, quando o que estava em jogo era fazer oposição a uma determinada abordagem que era hegemônica nas publicações convencionais devido à censura.

Os modelos de organização das iniciativas mapeadas no levantamento variam de coletivos horizontais a empresas. O mesmo acontece quanto à proposta e forma de atuação: há desde propostas segmentadas em nichos a coberturas mais amplas, de projetos que atuam por meio de páginas em redes sociais até sites abrigados em portais nacionais.

A partir de uma análise das datas de criação das mesmas, observamos que o surgimento deste tipo de experiência teve um crescimento significativo no Brasil nos últimos anos. Um levantamento próprio com base nas informações do mapeamento indica que a criação de veículos alternativos no Brasil começa a crescer em 2012 e em 2015 atinge seu pico máximo desde a década de 90. Essa percepção veio ao encontro de um receio que nos acompanhava desde o início da proposta

de pesquisa: o de tomar casos isolados, dotados de particularidades muito significativas, como representantes de um movimento que dava indícios de ser muito mais amplo, e de atribuir a estes casos um caráter de referência que não julgamos pertinente. Desta forma, e com a constatação de que estávamos diante de um universo bastante amplo, optamos por rever a escolha dos estudos de casos propostos inicialmente. A existência de trabalhos recentes (BITTENCOURT, 2014; GUIMARÃES, 2016; SCHWAAB et al, 2013; XAVIER, 2015) que partem dessa perspectiva, de tratar o jornalismo alternativo a partir desses casos, também influenciou a decisão. Entendemos que, seria de maior contribuição ao campo, uma abordagem nova e mais ampla da questão.

Diante da pergunta de pesquisa apresentada – em termos de organização e financiamento, o que propõem as novas experiências de jornalismo em relação às iniciativas convencionais no Brasil? – estabelecemos como objetivo geral da pesquisa identificar as diferenças e semelhanças entre as formas de organização e financiamento das novas experiências de jornalismo no Brasil em relação às iniciativas convencionais. Tendo em vista a percepção comentada mais acima, desdobramos a análise do objeto empírico em duas etapas que consistem em (a) um levantamento de informações sobre o modelo de organização adotado nas iniciativas criadas entre 2013 e 2015 no Brasil – um recorte que corresponde a 41 veículos; e (b) um estudo de caso aprofundado das iniciativas Cidades para Pessoas<sup>5</sup> e Revista Vaidapé<sup>6</sup>. Os procedimentos metodológicos adotados são o estudo de caso múltiplo com múltiplas unidades de análise (YIN, 2010) e a observação participante nos moldes propostos por Peruzzo (2015), com acompanhamento das atividades dos dois coletivos de forma alternada pelo período de três semanas em São Paulo.

Criado em 2011, em São Paulo, o Cidades para Pessoas é um coletivo que adota o jornalismo como uma ferramenta de investigação da vida urbana e desenvolve, além da produção de conteúdo, palestras, *workshops*, curadorias e eventos relacionados ao tema da cidade. O projeto teve as atividades suspensas logo após a realização da observação, em janeiro de 2017<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> Disponível em: . Acesso em 4 out 2016.

<sup>6</sup> Disponível em: . Acesso em: 4 out 2016.

<sup>7</sup> A suspensão das atividades visa uma reformulação da proposta, o site e outros espaços do projeto se mantêm até o presente momento e há perspectiva de retomada em um eventual novo formato.

Também sediada em São Paulo, a Vaidapé é uma revista semestral criada em 2012 que deu origem em 2013 à formação do coletivo de mesmo nome. O grupo, que venceu em 2015 o prêmio de Mídias Livres do MinC, se autodefine como um coletivo de comunicação que tem como proposta de debater e divulgar “movimentações culturais, periféricas e marginais”.

Desta forma, a pesquisa contempla três objetivos específicos: (a) caracterizar os modelos de organização e financiamento em iniciativas criadas entre 2013 e 2015 no Brasil; (b) observar por meio de estudo de caso como estes modelos se dão nos coletivos Revista Vaidapé e Cidades para Pessoas; (c) identificar e discutir as tensões do campo que se sobressaem nos modelos de organização e financiamento adotados pelos mesmos.

Partimos do pressuposto de que as principais diferenças das novas experiências em relação às convencionais dizem respeito à forma como se estruturam e se financiam, ao passo que em outros aspectos da organização, como a produção, é possível que se repitam situações características do modelo tradicional, como a hierarquização das tarefas, por exemplo – ainda que isso não seja explícito. Esta perspectiva se baseia nos relatos de pesquisas anteriores, como a de Atton (2002), e também, de forma mais ampla, no entendimento de que as categorias de percepção que movem os agentes de um campo são construídas socialmente, como pontua Bourdieu (1990; 2005).

No primeiro capítulo da dissertação, discutimos a perspectiva da teoria dos campos sociais de Pierre Bourdieu com ênfase na discussão do autor a respeito dos campos de produção cultural e trazemos a perspectiva das tensões no campo para pensar a formação do campo jornalístico no Brasil.

No segundo capítulo, discutimos as características dos modelos de organização e financiamento que se estabeleceram de forma dominante no campo, situando também experiências que buscaram modelos alternativos a este.

No terceiro capítulo, passamos aos resultados do levantamento apresentando as características da amostra quanto à estrutura e funcionamento, produção, tomada de decisão e financiamento. Por fim, no quarto capítulo, caracterizamos estes aspectos nos estudos de caso da pesquisa, com ênfase nas tensões do campo e nos movimentos de aproximação e distanciamento do modelo convencional observados nos mesmos.

Por fim, é importante pontuar que o interesse em pesquisar este tema coincide com uma trajetória de atuação em projetos semelhantes.

No final de 2014, quando já estudava o desenvolvimento de uma proposta de pesquisa a respeito do tema, colaborei com a criação do site O Barato de Floripa<sup>8</sup>, iniciativa idealizada pela jornalista Clara Caldeira para trazer para a cidade de Florianópolis uma proposta semelhante ao que se propunha, originalmente, o site Catraca Livre<sup>9</sup>: divulgar a agenda cultural local, priorizando eventos gratuitos ou de baixo custo e promovendo o debate sobre o direito à cidade. O site, que compõe a amostra estudada no levantamento, foi lançado em 2015, com estrutura autogestionada pelos sócios e a proposta de desenvolver um modelo de negócio baseado na venda de espaços publicitários.

Atuei no projeto desde o seu lançamento, inicialmente como sócia e depois com participações esporádicas, até o final de 2016, quando deixei a equipe. Em todo esse tempo acompanhando o projeto, a experiência em relação às formas de organização que adotamos, certamente influenciam a leitura do tema e a delimitação do problema da pesquisa. Assim, o lugar de fala da pesquisa é de alguém que buscou uma experiência alternativa por não se identificar com a proposta do jornalismo convencional, sentimento que observo nos colegas que participam deste e de outros projetos semelhantes. Da mesma forma, esta busca está presente na minha participação na construção de outros espaços de discussão do jornalismo que dialogam muito com a proposta desenvolvida na dissertação, entre eles o projeto de pesquisa “Governança, Produção e Sustentabilidade para um Jornalismo de Novo Tipo – GPS Jor”<sup>10</sup>, onde atuo como pesquisadora voluntária.

## **1 CARACTERÍSTICAS E DINÂMICAS DOS CAMPOS: O JORNALISMO E A PRODUÇÃO CULTURAL**

Partimos do entendimento do jornalismo como uma prática social, desta forma, sujeita a um processo de transformação permanente na sua relação com as estruturas sociais (ADGHIRNI; PEREIRA, 2011; LAGO, 2015). Esta perspectiva dialoga com a teoria dos campos sociais proposta pelo sociólogo Pierre Bourdieu e implica, entre outros fatores, pensar a atividade em termos de “jornalisms” e não de uma referência única a um modelo específico de jornalismo. A escolha pelo referencial teórico de Bourdieu para tratar o objeto da pesquisa reside também na natureza relacional da pergunta de pesquisa proposta: buscando pensar o que as novas experiências propõem em relação ao jornalismo

<sup>8</sup> Disponível em: . Acesso em: 4 out. 2016.

<sup>9</sup> Disponível em: . Acesso em: 4 out. 2016.

<sup>10</sup> Disponível em: <http://gpsjor.sites.ufsc.br/>. Acesso em: 8 ago. 2017.

convencional, a intenção é ver as diferenças e semelhanças, os movimentos de aproximação e distanciamento, em resumo, as tensões entre os dois tipos de jornalismo.

Este capítulo apresenta a perspectiva teórica de Bourdieu a partir da revisão das obras em que aborda a produção cultural de modo geral e menções que faz a respeito do jornalismo especificamente, além da leitura de autores que retomam a sua teoria para pensar o jornalismo e a comunicação. O jornalismo estudado por Bourdieu – assim como pela maior parte das teorias do jornalismo e da comunicação em geral – tem como objeto a prática predominante no campo. Para os fins da discussão proposta na pesquisa, delimitamos esta prática como *jornalismo convencional*. A escolha pelo termo se deve ao fato de o jornalismo alternativo e independente ser frequentemente abordado em contraponto a referências como “grande mídia” ou “mídia hegemônica”. No entanto, entendemos que o uso de nenhum desses termos adequa-se ao que pretendemos observar neste trabalho já que as características que temos como referência não são exclusivas destas. Tomando um exemplo local para ilustração, o jornal *Diário Catarinense* não integra o conjunto de títulos do que se demarca como grande mídia brasileira, mas opera com um modelo muito semelhante às publicações que compõem este grupo. Da mesma forma, não nos sentimos contemplados por outros termos correntes como jornalismo “puro”, “clássico” ou “de referência”. Acreditamos que a noção de “jornalismo liberal” é a que mais se aproxima da nossa percepção de constituição deste modelo de jornalismo, no entanto, ela nos parece incompleta por não contemplar as experiências de jornalismo público que integram igualmente a história da constituição da prática na sociedade. É importante ressaltar que esta é uma delimitação que fazemos para o tratamento do tema ao longo do trabalho, sem pretensão de uma conceituação teórica em cima do uso do termo.

Quando falamos em *jornalismo convencional* temos em vista um determinado modo de se fazer jornalismo que pode – e costuma – ser o mesmo em um veículo de uma grande corporação ou em um pequeno ou médio jornal local, sendo ele pertencente ou não a uma grande cadeia de comunicação.

## 1.1 A NOÇÃO DE CAMPO E A PRODUÇÃO CULTURAL

A noção de campo social foi assinalada por Bourdieu num esforço para objetivar as relações que constituem a sociedade. É importante delimitar, de partida, que quando fala em campo o autor não trata diretamente da dimensão concreta do espaço, mas sim de um local abstrato de atuação dos indivíduos – o espaço social – cuja dinâmica se assemelha a um campo de força física caracterizado por movimentos de ação e reação. Embora muitas vezes tais movimentos se expressem também no espaço físico, o mesmo é entendido por Bourdieu (2015b, p. 38)<sup>11</sup> como um “suporte vazio”, que se molda de acordo com as características (propriedades) dos indivíduos (agentes sociais) e das instituições.

A perspectiva dos campos sociais nos moldes propostos pelo sociólogo se fundamenta na ideia do espaço social como um ambiente hierarquizado, organizado entre posições dominantes e dominadas. Um dos pressupostos do pensamento de Bourdieu é que as relações nos campos se tecem em meio a uma dinâmica de confrontos constantes pela obtenção da posição dominante – é nesse sentido que os denomina também como “campo de lutas”, com lugares a defender e conquistar (BOURDIEU, 2015a)<sup>12</sup>. Uma das propriedades gerais dos campos, desta forma, é que os mesmos vivem sob a constante tensão de conflitos em seu interior pela conquista da posição dominante, ou mesmo em conflitos externos com outros campos – por exemplo, o conflito entre o campo intelectual e o campo da comunicação.

O que está em jogo nas relações de disputa e dominação que constituem um campo é um poder também abstrato, que o autor denomina poder simbólico. Como afirma Bourdieu (1989, p. 7) “o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem”. Estando em toda parte e ao mesmo tempo em parte nenhuma, o poder simbólico pode ser identificado justamente onde é mais ignorado e, portanto, reconhecido de forma tácita pelos agentes (BOURDIEU, 1989).

Sendo constituídos por relações de dominação, os campos se caracterizam por uma distribuição deste poder em partes desiguais de um “*quantum* social” – o chamado capital social – que determina a posição que cada agente ocupará no campo (ORTIZ, 1983). Embora a divisão de classes da sociedade seja reproduzida nas relações que constituem os campos – no que o autor denomina lógica das homologias

<sup>11</sup> Obra publicada originalmente em 1979.

<sup>12</sup> Obra publicada originalmente em 1972.

(BOURDIEU, 2015a; 2015b)– não é esta divisão que determina a dinâmica de dominação no interior dos campos. As lutas no interior dos campos, de modo geral, se referem à oposição entre os capitais sociais específicos de cada campo, portanto, entra em jogo a manutenção de um determinado capital por parte dos dominantes e o questionamento do mesmo por parte dos dominados. A posição dominante se estabelece a partir do conjunto de propriedades que regem os agentes e constituem as leis específicas de cada campo. Em outras palavras, o que constitui uma posição dominante na sociedade de classes ou em um determinado campo pode não o ser em outro espaço.

Partindo de Weber, Bourdieu se refere a esses respectivos movimentos – de manutenção e questionamento da visão dominante no campo – em duas categorias que se relacionam à crença: a *ortodoxia*, que trata da convicção nos princípios dominantes no campo, e, por outro lado, a *heterodoxia*, questionamento que visa à quebra da percepção dominante (*doxa*), ou seja, a imposição de novas perspectivas por parte dos agentes que pretendem sobrepor a hierarquia e mudar a dinâmica do campo. É neste sentido que o autor afirma que para transformar o campo é preciso mudar o sistema de crenças no qual ele se fundamenta (ORTIZ, 1983).

As categorias de percepção que formam a *doxa* são socialmente construídas e se manifestam na atuação dos agentes de um determinado campo por meio de disposições individuais que Bourdieu aborda a partir da noção de *habitus*. Decorrente do entendimento de que a norma explícita ou o cálculo racional dividem espaço com outros princípios que influenciam as práticas,

O *habitus*, como sistema de disposições para a prática, é um fundamento objetivo de condutas regulares, logo, da regularidade das condutas, e, se é possível prever as práticas (neste caso, a sanção associada a uma determinada transgressão), é porque o *habitus* faz com que os agentes que o possuem comportem-se de uma determinada maneira em determinadas circunstâncias” (BOURDIEU, 1990, p. 98, grifos do autor).

O *habitus*, portanto, está colocado nas trocas que os sujeitos fazem entre si, e antes disso, na constituição dos mesmos em categorias socialmente construídas e adquiridas que são usadas na vida cotidiana (BOURDIEU, 2005). Trata-se também de uma percepção que envolve a



relação com o *outro*, como observa Liráucio Girardi Júnior (2007, p. 203, grifos do autor):

o *habitus* oferece categorias práticas de classificação e percepção referentes ao *eu* e ao *outro*, aos nossos lugares no mundo, aos nossos desejos, nossas posições, nossas expectativas, nosso estilo de vida e nosso destino.

Junto ao exercício do poder simbólico e aos ritos de instituição, o *habitus* integra o sistema dinâmico de desvios e dispersões que constitui os campos sociais como espaços de diferenciação integrada (GIRARDI JÚNIOR, 2007). Seja para conservação ou para transformação das leis do campo, a atuação dos agentes implica um investimento no mesmo. Como assinala Girardi Júnior (2007), este investimento se assemelha a entrada em um jogo, onde todos os agentes entram como participantes, a despeito da intenção de legitimação ou transformação. Este trabalho de construção social envolve a produção de uma crença específica – uma *illusio* – “que garante o interesse e o investimento dos agentes sociais nos jogos sociais e simbólicos que produzem”, como aponta o autor quando se refere ao campo sociológico (GIRARDI JÚNIOR, 2007, p.34).

A respeito das dinâmicas que envolvem essas duas intenções – a de conservar as leis do campo ou a de modificá-las – Bourdieu (2015b, p. 32, grifo do autor) afirma o seguinte:

Do lado dos dominantes, todas as estratégias, essencialmente defensivas, visam conservar a posição ocupada, portanto, perpetuar o *status quo*, ao manter e fazer durar os princípios que servem de fundamento à dominação. [...] Os dominantes têm compromisso com o silêncio, discrição, segredo, reserva; quanto ao discurso ortodoxo, sempre imposto pelas necessidades da retificação, não passa nunca da afirmação explícita das evidências primeiras que são patentes e se portam melhor sem falar delas.

Por sua vez, a estratégia dos dominados não nega por completo os princípios fundamentais do campo, como prossegue o autor:

Quanto aos dominados, estes só terão possibilidades de se impor no mercado através de estratégias de subversão que não poderão prodigalizar, a prazo, os ganhos denegados a não ser com a condição de derrubarem a hierarquia do campo sem contrariarem os princípios que lhe servem de fundamento. Assim, são condenados a promoverem revoluções parciais que deslocam a censura e transgridem as convenções, mas em nome dos próprios princípios reivindicados por elas (BOURDIEU, 2015b, p. 32-33).

Desta forma, o retorno aos princípios fundamentais do campo é considerado, por excelência, a tática das subversões adotada pelos dominados na medida em que “permite voltar contra os dominantes as armas em nome das quais eles haviam imposto sua dominação” (BOURDIEU, 2015b, p.33).

Notadamente no caso da produção cultural, campo ao qual Bourdieu dedica parte expressiva de seus estudos, a tensão – e o questionamento – imbricados nas relações que constituem o campo, passam, sobretudo, pela negação da dimensão econômica dos bens produzidos, processo ao qual o autor se refere em diversos momentos como *denegação da economia*. Esta noção, que é central na sua percepção dos campos de produção cultural, é tratada pelo autor a partir do exemplo do comércio da arte, que para Bourdieu (2015b, p.19) figura como parte “do comércio das coisas que não se faz comércio”, práticas que adquirem um caráter duplo devido à sobrevivência, nas mesmas, de uma lógica econômica pré-capitalista. Esta dupla natureza pode conduzir a leituras opostas, entre elas a negação completa do caráter econômico das práticas:

O desafio desferido pelas economias fundadas na denegação do “econômico” a toda espécie de economicismo reside precisamente no fato de que elas só funcionam e, na prática – não somente nas representações –, só podem funcionar mediante um recalçamento constante e coletivo do interesse propriamente “econômico” e da verdade das práticas desvendadas pela análise “econômica” (BOURDIEU, 2015b, p.19).

A luta que caracteriza os campos de produção de bens culturais, portanto, se dá sobretudo no âmbito dos conflitos que envolvem essa constante tensão, gerando, por outro lado, certa recusa comercial e, frequentemente, condutas anti-econômicas. Assim, nos diversos segmentos da produção cultural – como o teatro, o cinema, a pintura e a literatura, exemplos trazidos pelo autor – os julgamentos e a delimitação entre o que é arte ou não, costuma ter como princípio gerador a oposição entre *o comercial* e *o não comercial*, entendido assim como a arte verdadeira.

Esse conflito compromete a relação do campo com a economia e se relaciona às estratégias dos agentes que pretendem sobrepor a hierarquia, como observa Bourdieu (2015b, p.30, grifos do autor):

Pelo fato de que os campos da produção de bens culturais são universos de crença que só podem funcionar na medida em que conseguem produzir inseparavelmente, produtos e a denegação das práticas habituais da “economia”, as lutas que se desenrolam aí são conflitos decisivos que comprometem completamente a relação com a “economia”: *aqueles que acreditam nisso* e que, tendo como único capital sua fê nos princípios da economia da má-fê, pregam o retorno às fontes, renúncia absoluta e intransigente dos começos [...]. É assim que a lei fundamental do campo se encontra, incessantemente, lembrada e reafirmada pelos *novos pretendentes* que têm o maior interesse pela denegação do interesse.

Da mesma forma, a oposição comercial *versus* não comercial se manifesta na divisão corrente entre empresários que buscam lucro econômico imediato e, por outro lado, os denominados “empresários culturais”, que seriam aqueles que lutam pela acumulação de um lucro propriamente cultural (um capital simbólico), ainda que isto envolva uma renúncia ao menos provisória ao lucro econômico (BOURDIEU, 2015b).

Para além desta oposição, há um conflito próprio entre os segundos – os empresários culturais – que passa pela oposição entre a arte consagrada e arte de vanguarda:

[...] quanto à oposição que é estabelecida por estes últimos entre a arte consagrada e a arte de

vanguarda ou, se quisermos, entre a ortodoxia e heresia, ela faz a distinção entre aqueles que dominam o campo da produção e o mercado pelo capital econômico e simbólico que eles haviam conseguido acumular no decorrer de lutas anteriores, graças à uma combinação particularmente bem-sucedida das capacidades contraditórias especificamente exigidas pela lei do campo, e os novos pretendentes que não podem, nem pretendem ter clientes diferentes dos de seus concorrentes, ou seja produtores estabelecidos, cujo crédito fica ameaçado ao adotarem a prática de impor produtos novos ou recém-chegados com quem rivalizam em busca de novidade (BOURDIEU, p.31, 2015b).

A relação cultura/mercado e economia tende a se refletir na disposição de sistemas homólogos que mantém, da mesma forma, uma relação de homologia estrutural com o campo das frações da classe dominante – que é aquela que corresponde à maior parte da clientela. O segmento cultural onde esta homologia é mais evidente, no estudo de Bourdieu (2015b, p.33), é o teatro:

A oposição entre o “teatro burguês” e o “teatro de literatura”, de que se encontra o equivalente em pintura ou em literatura e funciona como um princípio de divisão que permite classificar praticamente os autores, obras, estilos e temas, é fundada na realidade: verifica-se tanto nas características sociais do público dos diferentes teatros parisienses (faixa etária, profissão, domicílio, frequência da prática, preço desejado, etc.), quanto nas características, perfeitamente congruentes, dos autores representados (faixa etária, origem social, domicílio, estilo de vida, etc.), das obras e das próprias empresas teatrais.

Como prossegue o sociólogo, este processo se relaciona à imposição da visão dominante da realidade social:

Construída segundo os esquemas geradores da representação reta (e de direita) da realidade – e, em particular, da realidade social, ou seja, em poucas palavras, da *ortodoxia* –, a *arte da*

*reprodução* (cuja forma, por excelência, é o *teatro burguês*) é apropriada para proporcionar, àqueles que a percebem segundo esses esquemas, a experiências tranquilizadora da evidência imediata da representação, ou seja, da necessidade do modo de representação e do mundo representado (BOURDIEU, 2015b, p.69, grifos do autor).

Neste sentido, Bourdieu (2015a) entende que o consumo dos bens culturais pode se configurar como uma forma de distinção, no sentido de um instrumento predisposto a promover uma diferenciação entre classes. Embora inevitável, a correspondência às expectativas de uma determinada classe ou fração de classe, no entanto, não é entendida como algo intencional por parte dos produtores – por sua vez, comprometidos pelas lutas internas entre si: “na prática, seus investimentos se limitam a interesses específicos, podem assim considerar-se como totalmente desinteressados e totalmente estrangeiros às funções sociais que desempenham” (BOURDIEU, 2015a, p. 218).

Ainda tomando como exemplo o caso do teatro, a homologia também é observada por Bourdieu (2015b, p.44) em relação à atuação da imprensa na crítica cultural, uma vez que “o espaço dos discursos reproduz, em sua ordem própria, o espaço dos órgãos de imprensa e dos públicos para os quais são produzidos”. A atuação da imprensa e o campo jornalístico propriamente também foram objeto do autor, com destaque para o controverso estudo *Sobre a Televisão*<sup>13</sup> e para a conferência *O campo político, o campo das ciências sociais e o campo jornalístico*<sup>14</sup>, textos que tomamos como ponto de partida para discussão do conceito de campo jornalístico, a seguir.

<sup>13</sup> Gerador de certa polêmica no campo quando lançado, o estudo traça impressões de Bourdieu a respeito do campo jornalístico a partir de uma análise da televisão francesa no contexto da sua privatização. Do ponto de vista da produção acadêmica, uma das principais críticas ao estudo é o fato de o mesmo ignorar trabalhos semelhantes, mais especificamente a corrente do *newsmaking* que desenvolveu anteriormente leituras similares de forma mais sistemática, como observa Girardi Júnior (2003). As impressões que derivam do estudo foram sintetizados em um texto posterior.

<sup>14</sup> Conferência realizada pelo autor reproduzida na coletânea organizada por Benson e Neveu (2005).

## 1.2 O CAMPO JORNALÍSTICO NA OBRA DE BOURDIEU

As principais considerações de Bourdieu a respeito do campo jornalístico derivam do estudo feito pelo pesquisador a respeito da televisão francesa, onde alerta para os efeitos que a lógica comercial da produção televisiva pode exercer sobre outros espaços, em especial o campo intelectual. Um deles, em virtude das restrições do tempo e da preocupação com a audiência, seria o favorecimento da formação de “*fast-thinkers*” pensadores que na visão do sociólogo reproduzem uma espécie de “*fast-food* cultural” apresentando ideias que não passariam de lugares comuns<sup>15</sup>.

Efeito que em certa medida é comum à dinâmica dos campos em geral, tendo em vista o poder exercido pelo campo econômico sobre os demais, como observa Benson (2016, p. 33, tradução nossa)<sup>16</sup> :

[...] para Bourdieu, enquanto os campos possuem alguma autonomia de estrangulamentos externos, usualmente um campo (neste momento histórico, na maioria das sociedades ocidentais, o campo econômico) é mais poderoso do que outros e irá impor sua lógica em maior ou menor grau sobre todos os outros campos.

A ideia de que o jornalismo colabora para o reforço da lógica comercial em detrimento de uma suposta pureza<sup>17</sup> nos outros campos se deve ao entendimento de que ele se organiza da mesma forma que os demais campos de produção cultural, tendo, porém, um peso muito

<sup>15</sup> Bourdieu (1997, p. 40) se refere ao que Flaubert chama de “ideias feitas”, no sentido de um senso comum já aceito por todos.

<sup>16</sup> No original: “for Bourdieu, while fields by definition have some autonomy from external constraints, usually one field (at this historical momento across most western societies, the economic field) is more powerful than others and will impose its logic of practice to a greater or lesser degree upon all other fields”.

<sup>17</sup> A denominação de “puras” aplicada a determinadas manifestações artísticas, como, por exemplo, à poesia de vanguarda, ou a áreas do conhecimento, como a filosofia e a sociologia, é refutada por Bourdieu (1997, p.52), que alerta para o fato de que a produção de todas ocorre em um contexto de contradições econômicas e sociais.

maior atribuído ao caráter comercial. Para Bourdieu (1997, p.76), a particularidade que reside no campo jornalístico é o fato de que ele “é muito mais dependente das forças externas do que todos os outros campos da produção cultural”. Entendida como uma dessas forças, a lógica comercial, no que diz respeito às lutas internas que constituem o campo, provoca uma oposição entre dois princípios de legitimação:

[...] o reconhecimento pelos pares, concedido aos que reconhecem mais completamente os “valores” ou os princípios internos, e o reconhecimento pela maioria, materializado no número de receitas, de leitores, de ouvintes ou de espectadores, portanto, a cifra de venda (*best-sellers*) e no lucro em dinheiro, sendo a sanção do plebiscito, nesse caso, inseparavelmente um veredito do mercado (BOURDIEU, 1997, p. 105, grifo do autor).

A noção de um veredito do mercado, que atua com o peso de uma espécie de legitimidade democrática atribuída à lógica comercial, tem tendência a ser preservada entre as posições mais elevadas e questionada pelos recém-chegados no campo, como prossegue o autor:

[...] o campo jornalístico está permanentemente sujeito à prova dos vereditos do mercado, através da sanção, direta da clientela ou, indireta, do índice de audiência (ainda que a ajuda do Estado possa assegurar certa independência com relação às pressões imediatas do mercado). E os jornalistas são sem dúvida tanto mais propensos a adotar o “critério do índice de audiência” na produção (“fazer simples”, “fazer curto”, “vende bem” etc.) quanto ocupem uma posição mais elevada (diretores de emissora, redatores-chefes etc.) em um órgão mais diretamente dependente do mercado (em uma emissora de televisão comercial por oposição a uma emissora cultural etc.), sendo os jornalistas mais jovens e menos estabelecidos mais propensos, ao contrário, a opor os princípios e os valores da “profissão” às exigências, mais realistas ou mais cínicas, de seus “veteranos” (BOURDIEU, 1997, p. 106).

Em uma dimensão mais individual, essa tensão também pode ser observada na constituição do *habitus* no campo. Na interpretação de Clóvis Barros Filho e Luís Martino (2003), os princípios em disputa no campo passam pela própria definição de jornalismo, onde a delimitação do “bom jornalismo” atua como uma categoria moral entre os profissionais<sup>18</sup>. Nesta visão, a definição e imposição do que seria um jornalismo ideal é uma das disputas que estruturam o campo. Um exemplo trazido pelos autores é a importância atribuída ao jornalismo investigativo, que se fundamenta em lutas simbólicas onde estão implicadas a própria definição de jornalismo: os agentes que defendem uma concepção mais autônoma da profissão acusam a denominação de pleonasma, tendo como pressuposto que todo jornalismo deveria ser investigativo (BARROS FILHO; MARTINO, 2003).

No contexto do jornalismo brasileiro, outro exemplo que nos parece expressivo dessa disputa é a recente preocupação em destacar a demarcação de um “jornalismo profissional” – em distinção das notícias falsas e, também, oposição e superioridade a outros jornalismo, sobretudo o jornalismo amador ou engajado, ainda que nem sempre evidenciados desta forma – no discurso de veículos da grande mídia e instituições empresariais da área, como a Associação Nacional de Jornais (ANJ). Podemos citar, como exemplos pontuais, declarações da presidência da ANJ a respeito<sup>19</sup> e o recém-lançado projeto editorial da

<sup>18</sup> No que diz respeito mais especificamente à produção das notícias e seus efeitos, o *habitus* no jornalismo se caracteriza também por uma tendência a não problematizar aquilo que é naturalizado na sociedade, com observa Cláudia Lago (2015, p. 742): “Essa não reflexão sobre a prática permite que o jornalismo oculte mostrando o que não importa, e que jornalistas usando seus “óculos” – produtos de seus *habitus* de classe e profissional – mostrem um mundo produzido dentro de um esquema de autorreferência profissional que induz a uma “barreira mental” (BOURDIEU, 1997, p. 33), segundo as imposições e disposições de seus *habitus*, ação que é agravada por uma ideia onipotente sobre o “público” e os ‘interesses públicos’”.

<sup>19</sup> Em artigo de opinião intitulado “Jornalismo profissional em tempos de crise”, publicado no jornal *O Globo* em 22/03/2016, o então presidente da entidade, Carlos Fernando Lindenberg Neto, usa o termo para diferenciar a prática do que chama de “militância engajada e panfletária”. De forma semelhante, o vice-presidente Editorial do Grupo RBS, Marcelo Rech, que assumiu, na sequência, a presidência da ANJ para o biênio 2016-2018, associa as redações profissionais à ideia de “certificadores da realidade” diante de informações divulgadas sem um “certificado de origem e de qualidade” em entrevista concedida ao jornal *Zero Hora* em 18/08/2016.



*Folha de S. Paulo*, apresentado sob o título “Jornalismo profissional é antídoto para notícia falsa e intolerância”. No segundo, o termo é usado, entre outros sentidos, em oposição ao que a publicação chama de “jornalismo artesanal”, por sua vez acusado de “parcialidade de ponto de vista” e “precariedade da base material”.

Voltando à discussão do papel exercido pela autocrítica no campo, trata-se ainda segundo os autores de uma estratégia que propicia a impressão de autonomia e independência que resguarda o debate sobre as estruturas que condicionam a prática no campo. Nesse sentido, a autocrítica<sup>20</sup> atua como um mecanismo de legitimação, como afirmam Barros Filho e Martino (2003, p. 113):

O exame das principais críticas ao jornalismo revela uma surpreendente unidade estrutural da escolha de argumentos, do foco dos ataques e as discriminações de procedimentos esperados e condenados revela a vinculação da crítica livre a condições específicas de ação no campo jornalístico. Em outras palavras, a crítica dos jornalistas ao jornalismo apresenta-se como parte de uma estrutura de campo – no caso, um mecanismo de legitimação dos procedimentos práticos pela crítica do próprio procedimento.

A contradição do campo é entendida pelos autores como um paradoxo entre a independência crítica do jornalista e a concomitante necessidade de adequação aos mecanismos da atividade que são alvo de crítica. Assim, no conflito pela definição do jornalismo, mais do que a propagação de um modelo de atuação específico visa-se o esvaziamento do capital profissional dos concorrentes – como afirmam os autores, “alcançar a dominação tendencial do campo, destituindo os concorrentes de sua razão de ser” (BARROS FILHO; MARTINO, 2003 p. 114). Pensando nos exemplos citados antes, este aspecto parece se expressar no discurso da *Folha de S. Paulo* quando relaciona aspectos

<sup>20</sup> Ainda segundo os autores, a crítica atua também como um laço de fraternidade profissional na medida em que “é possível ao profissional postar-se como representante do meio reconhecido como “bom” – e particular, aproveitando-se do recurso de conferir um “rótulo” aos possíveis oponentes”. Entende-se, assim, a postura como uma “estratégia de multiplicação do capital social pela identificação dos agentes com o bem pretendido” (BARROS FILHO; MARTINO, 2003, p. 127).

considerados negativos do chamado “jornalismo artesanal” ao financiamento por mecenato<sup>21</sup>.

Para além da dimensão econômica, que se faz presente na intensidade da lógica comercial no campo e nos conflitos decorrentes da mesma, as forças externas se referem também à dimensão política. A luta que se trava nesse aspecto, com o campo político, passa sobretudo pela disputa em torno do poder de representação e legitimação, trata-se, portanto, de uma luta por nomear (BERGER, 2003; GIRARDI JÚNIOR, 2007).

Em uma segunda leitura do campo, Bourdieu (2005) discute o jornalismo em diálogo com o campo político e o campo das ciências sociais, destacando o fato de os três competirem entre si pela imposição de uma visão legítima do mundo social. Sendo o menos autônomo entre os três, o campo jornalístico se torna o mais sujeito às influências dos outros dois campos:

A hipótese na qual eu avançaria – e que é fortemente demonstrada – é que o campo jornalístico é cada vez mais heterônomo, ou seja, cada vez mais sujeitos às restrições da economia e da política, que são cada vez mais imponentes nas suas restrições sobre todos os outros campos, especialmente os campos de produção cultural, tais como o campo das ciências sociais, filosofia e no campo político (BOURDIEU, 2005, p. 41, tradução nossa<sup>22</sup>).

<sup>21</sup> Assim diz o texto: “As diversas formas de jornalismo artesanal, praticadas com espírito militante, dedicadas a determinado tema ou circunscritas a uma comunidade, mostram-se úteis para suprir lacunas no conjunto da mídia, mas são limitadas em alcance e escopo pela parcialidade do ponto de vista e precariedade da base material – aspectos que também tendem a afetar um jornalismo financiado por distintas modalidades de mecenato”.

<sup>22</sup> “The hypothesis that I would advance - and which is very strongly demonstrated - is that the journalistic field, which is increasingly heteronomous, in other words increasingly subject to the constraints of the economy and of politics, is more and more imposing its constraints on all other fields, particularly the fields of cultural production such as the field of the social Sciences, philosophy, etc., and on the political field”.

É importante ter em conta que a autonomia a qual o autor se refere trata-se sempre de uma autonomia relativa, como observa Lago (2015, p.736),

[...] pois, como são espaços relacionais, estão sempre em confronto/contato com outros espaços que ameaçam esta autonomia – especialmente, o campo econômico, com a capacidade de influir diretamente na autonomia dos demais espaços.

Pensando sob a perspectiva da autonomia, a atuação do estado adquire um caráter controverso. Por um lado, os subsídios públicos podem ser vistos como uma alternativa para aliviar a pressão comercial gerada pela dependência da receita publicitária. Por outro, o poder político também tende a impor restrições de acordo com os seus interesses, o que faz com que a presença de subsídios públicos seja vista com desconfiança, sobretudo na tradição norte-americana. Tomando como base a experiência do jornalismo norte-americano, Schudson (2005) retoma a discussão sobre a autonomia do campo jornalístico frente aos campos político e econômico. Considerando que os profissionais norte-americanos lutaram para se impor ao estado e ao mercado com relativo sucesso, o autor conclui, porém, que restam mais questões em aberto do que assertivas a respeito do tema, que frisa ser de notável complexidade.

A principal preocupação de Schudson é que a busca por autonomia termine por causar um fechamento excessivo do campo, no sentido de o jornalismo se tornar uma atividade feita por pensadores individuais. Assim, defende que somente se o jornalismo for relativamente plural e vulnerável “às investidas das fontes do governo, à competição do mercado e às surpresas dos eventos diários, podemos antecipar que as notícias não estarão cativas a uma elite profissional isolada” (SCHUDSON, 2005, p. 222, tradução nossa)<sup>23</sup>. Perspectiva que concordamos em parte, no sentido de que a tendência de falar a públicos isolados é, de fato, um risco – sobretudo no caso da imprensa alternativa, não necessariamente aos profissionais em si, mas certamente

<sup>23</sup> No original: “[...] only if journalism is relatively pluralistic, and only if journalism is relatively vulnerable to the assaults of government sources, marketplace competition, and the surprises of daily events, can we anticipate that news will not be captive to an insular professional elite” (SCHUDSON, 2005,p.221).

a uma elite intelectual, simpatizante de determinadas causas ou visões de mundo. Seria necessário, no entanto, delimitar melhor as fronteiras entre essa vulnerabilidade relativa e o isolamento completo<sup>24</sup>.

Além das influências do campo econômico e político sobre a autonomia do campo, Bourdieu (2005, p. 43, tradução nossa)<sup>25</sup> ressalta nesta discussão as consequências da lógica comercial e da precarização para a autonomia do profissional em si, ressaltando que a segunda pode ser entendida como uma forma de perda de liberdade já que “naturalmente, implica uma forma de constrangimento e censura”.

Críticas à parte, o que Bourdieu traz sobre o campo jornalístico a partir de *Sobre a Televisão* pode ser lido como uma reflexão acerca da influência da lógica comercial em geral no campo. Sem cair na ideia do estudo como um universalizante a respeito do campo jornalístico como um todo ou mesmo da produção televisiva especificamente (o que nem mesmo o autor recomenda), é preciso admitir que alguns aspectos apontados por Bourdieu procedem e podem ser percebidos como características do campo atualmente, na transição dos jornais impressos para a internet<sup>26</sup>.

<sup>24</sup> Nesse sentido, nos parece importante refletir sobre quais são os atores do campo político que recebem maior abertura diante de suas investidas. Da mesma forma, caberia um questionamento ao poder de auto-regulamentação decorrente da concorrência de mercado: num contexto de crise econômica, o mercado teria condições de impulsionar as organizações rumo a um jornalismo de mais qualidade?

<sup>25</sup> No original: “Naturally this precariousness implies a form of constraint and censorship”.

<sup>26</sup> A postura diante da audiência pautada na preocupação em atingir altos índices, por exemplo, parece se reproduzir ou mesmo se agravar significativamente. O que poderia corroborar a hipótese do sociólogo de que o caráter comercial da televisão tenderia a se espalhar mesmo entre os veículos mais tradicionais do campo jornalístico, mas, por outro lado, contraria a ideia de uma possível demonização da televisão (temida pelos agentes do campo diante da obra de Bourdieu) e nos leva a crer que trata-se de um efeito intrínseco à lógica comercial que tende a se acentuar de acordo com as características de determinados veículos e contextos. Nesse sentido, a inédita precisão para mensurar a audiência no ambiente online, aliada a crise econômica enfrentada pelos jornais com a queda da publicidade, parecem corroborar para a formação de um fascínio como sinaliza C. W. Anderson (2014) no que denomina “cultura do clique”.

### 1.3 FORMAÇÃO HISTÓRICA DO CAMPO JORNALÍSTICO NO BRASIL

A formação do campo jornalístico no Brasil se dá em forte associação com o campo do poder e com as tensões decorrentes das relações de dominação entre a classe dominante e as classes dominadas. Desde os primeiros periódicos, as lutas que permeiam a formação da sociedade brasileira se manifestam na atuação dos jornais e no aparecimento de publicações de viés crítico ao poder dominante – eventualmente, repercutindo as reações populares contra o domínio português, no período colonial, e contra o governo, a partir do período republicano. A imprensa chega ao país tardiamente e é, desde o seu início, uma imprensa de elite (LAGE, 2012; BAHIA, 2009; MELO, 2012).

Apresentamos a seguir uma discussão sobre os momentos marcantes na constituição do campo jornalístico no Brasil, observando os tipos de jornalismo que se estabelecem nesses variados momentos e as tensões e conflitos com o campo político e o econômico que permeiam a história da prática no país desde a sua formação.

O primeiro jornal impresso no país é simbólico para pensar as relações do campo jornalístico brasileiro com o poder político: inaugurada em 1808 com a chegada da família real no país, a *Gazeta do Rio de Janeiro* é de propriedade da coroa portuguesa, sendo proibida a circulação de outras publicações. Em contraponto, Hipólito da Costa conduz, de Londres, o *Correio Braziliense*, até a Independência, em 1822, quando encerra as atividades em face da expectativa da expansão da imprensa no país e da sua intenção de voltar ao Brasil (ROMANCINI; LAGO, 2007).

Antes da chegada da imprensa, periódicos manuscritos e orais atuaram à revelia da proibição portuguesa (BAHIA, 2009; ROMANCINI; LAGO, 2007). De acordo com Bahia (2009), o jornalismo pré-tipográfico brasileiro se desenvolve nos séculos 17 e 18 manifestando a insatisfação popular contra o domínio estrangeiro por meio de gazetins escritos e falados, que foram perseguidos e denunciados pelos jesuítas. Nesta época, as publicações críticas eram tocadas sob pena de prisão, degredo ou forca, como foram os casos de Belchior Ordonhes, Luiz Gonzaga das Virgens e dos companheiros deste que, em 1798, difundiram os ideais da inconfiabilidade dos alfaiates. A respeito deste período, Bahia (2009, p. 39) faz a seguinte síntese:

O jornalismo brasileiro anterior à letra de forma se expressa pelos novidadeiros de rua e de café, pela carta, pela sátira, pelo panfleto, pelo verbo oral e escrito. Bem ou mal, seus autores atingem os objetivos: ora contra uma justiça bastarda e vendida, ora contra uma igreja conivente, ora contra o colonialismo tirânico.

Ainda segundo o autor, data destas experiências pré-tipográficas o papel do jornalismo como “intérprete do sentimento de emancipação” da nação, que se acentuaria de 1808 em diante, quando a imprensa, já com autorização para operar (ainda que sob censura prévia), se torna “a mais eloquente testemunha das mudanças políticas, sociais e econômicas que a energia popular gera no país” (BAHIA, 2009, p.59).

Embora haja registros (SODRÉ, 1977) de que após deixar o Brasil em 1821, a família real tenha orientado a censura prévia em todas as publicações no território nacional, de acordo com José Marques de Melo (2012), a prática começa a se enfraquecer nas vésperas da Independência, sob influência da ideologia liberal da Revolução do Porto, em 1820. Ainda assim, como observa Melo (2012, p. 153), os efeitos do domínio português ficam mantidos no tecido social brasileiro no que o autor denomina “síndrome da mordaca”, relacionando os recorrentes episódios de cerceamento da liberdade de expressão, que viriam a se repetir ao longo do período republicano, à noção de “mutismo” do homem brasileiro diante do colonizador assinalada por Paulo Freire.

Para Richard Romancini e Cláudia Lago (2007), os dois títulos inaugurais da imprensa brasileira são emblemáticos de dois modelos de jornalismo que viriam a se desenvolver no país a partir daí, ao longo do período pré-independência e do Império: o combativo, representado pelo *Correio Braziliense*, e o “áulico”, representado pela *Gazeta do Rio de Janeiro* e pelos jornais se alinhavam ao discurso oficial. Da mesma forma que Bahia (2009), os autores reforçam o caráter do jornalismo como testemunha das “contínuas mudanças sociais, econômicas e políticas pelas quais começa a passar o país”, integrando-se, desta forma, à “história mais ampla do Brasil” (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 27).

O crescimento dos títulos que surgem associados às revoltas contra o domínio português nesse período – entre eles, *A Sentinela da Liberdade na Guarita de Pernambuco*, *A Malagueta* e *Revérbero*

(BAHIA, 2009; ROMANCINI; LAGO, 2007) – se relaciona aos períodos mais conturbados politicamente, quando há aumento das tiragens. De 1821 a 1822, por exemplo, cerca de 20 publicações circularam pelo Rio de Janeiro, já em 1832 havia 50 títulos em todo o país. Muitos desses títulos se caracterizavam por ser “produto de um homem só” (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 47), como os pasquins, que eram escritos e fabricados por uma única pessoa, não tinham periodicidade certa, muitas vezes não passavam do primeiro número e eram publicados de forma anônima, ou sob pseudônimos, (ROMANCINI; LAGO, 2007; SODRÉ, 1977).

A irreverência e o proselitismo político dos pasquins, geralmente produzidos por grupos políticos ou encomendados por eles, se mistura aos outros formatos do período, como observa Nelson Werneck Sodré (1977, p.159):

A imprensa estava surgindo, entre nós, com formas embrionárias, não perfeitamente definidas, sem caracterizar senão finalidades. Assim, a circular, o pasquim, o jornal, o panfleto, o opúsculo confundiam-se, trabalhavam no mesmo plano, obedeciam às mesmas injunções – a finalidade e a precariedade da técnica serviam para confundi-los. Só o tempo concederia à imprensa a capacidade necessária de discriminação, repartindo áreas de ação e de influência, dando fisionomia própria a cada um desses produtos impressos.

Da mesma forma, neste primeiro momento do jornalismo brasileiro, poucos se ocupavam exclusivamente da produção da notícia: “a maioria acumulava uma ocupação regular (padre, funcionário público, político, ou mesmo príncipe regente!) com a atividade de manifestar-se sobre os acontecimentos correntes” (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 32).

A imprensa que se estabelece com mais influência, e se consolida a partir do período republicano como a grande imprensa do país, é aquela mais alinhada à ideologia conservadora. Atuam na formação desta imprensa os capitais que decorrem das classes dominantes desde o Império e que demarcam a origem das famílias que detêm o controle acionário das grandes empresas jornalísticas ao longo do período republicano até a atualidade, como aponta Bahia (2009, p. 227): “entre 1827 e 1930, convergem para a imprensa capitais e

interesses de comerciantes, profissionais liberais e aristocratas associados a latifundiários, fazendeiros de açúcar e de café, e exportadores”. Ainda segundo o autor, com a queda da monarquia, a ideologia passa de conservadora a liberal-conservadora a partir do período republicano, quando se consolida a identidade empresarial e industrial que teve as bases lançadas no Império (BAHIA, 2009).

Há, portanto, de modo geral, uma forte associação ao campo político na constituição do campo jornalístico brasileiro. O cunho político está presente nas publicações pré-tipográficas, nos pasquins e na atuação dos publicistas, “misto de jornalista e político” (BAHIA, 2009, p. 67) nas redações maiores. Ainda que esta característica tenda a se enfraquecer a partir do período republicano, quando os jornais começam a tomar forma de empresa e a industrialização do setor dá lugar a uma imprensa mais informativa, a associação se mantém na propriedade dos meios, uma vez que as elites que detêm os meios de produção são as mesmas que detêm propriedade dos grandes jornais e ocupam cargos de decisão política em uma relação histórica de associação de poderes que se mantém até a atualidade, a despeito do que determina a Constituição<sup>27</sup>.

Nos primeiros anos do Brasil República, a organização no formato de empresa predomina e se consolida no campo jornalístico brasileiro quando, como observam Romancini e Lago (2007), os custos elevados da atividade exigem uma organização capitalista. Na configuração industrial, que se consolida no país a partir da década de 1930, o investimento publicitário passa por transformações de dinâmica e escala para atender à produção em massa. Desta forma, os pequenos anúncios, que antes sustentavam as produções junto aos classificados e vendas avulsas, e se limitavam a ramos isolados como lojas de departamento, medicamentos e produtos de beleza, são substituídos pelo anúncio de varejo que se caracteriza pela oferta de bens de todos os tipos (BAHIA, 2009).

A associação da produção à audiência das grandes tiragens implica em uma constante ameaça à independência dos grandes veículos (DINES, 1986; BAHIA, 2009). Somada aos episódios de controle da imprensa por parte do estado e à chegada do rádio e da televisão no país a partir da década de 1950, a industrialização do campo jornalístico no Brasil tem uma face prejudicial à democracia na medida em que implica

<sup>27</sup> Levantamento da ONG Intervezes contabiliza 40 políticos ligados a veículos de mídia no Brasil atualmente. Disponível em: . Acesso em: 13 mar 2017.



no desaparecimento dos pequenos jornais que atuavam de forma independente, muitas vezes com abrangência local. Há, desta forma, uma redução da função democrática da imprensa no país, como observa Bahia (2009, p. 233):

É mais uma perda do que um avanço a concentração no sistema de veiculação de notícias. Os jornais, principalmente, deixam de ser numerosos, resultantes do esforço e da reflexão às vezes de uma só pessoa, para serem produtos de uma ação coletiva, organizada e, certamente, poderosa. Esse fato diminui a função democrática da imprensa, apesar de acentuar sua difusão.

Da mesma forma, a organização por meio de cadeias privadas de comunicação que acumulam veículos impressos, de rádio e televisão, tem um papel bastante significativo nesse processo de esvaziamento de iniciativas autônomas como eram os primeiros jornais.

A primeira delas a atuar neste modelo, os Diários e Emissoras Associados, tem seus primeiros títulos lançados ainda nos anos 30 por Assis Chateaubriand. Acumulando ao longo dos anos uma polêmica atuação como jornalista, político, empresário e diplomata, Chateaubriand “convive e partilha com o poder os frutos da influência política” mais do que qualquer outro empresário da sua geração, como observa Juarez Bahia (2009, p. 260). Sob o seu comando, a cadeia associada replica no Brasil o modelo do jornalismo norte-americano e se constitui com uma abrangência sem precedentes na América Latina, como prossegue o autor (BAHIA, 2009, p. 260):

De 1932 até a sua morte, em 1968, Chateaubriand manteve o controle de uma rede que, nos anos de apogeu, compunha-se de 31 jornais diários, três revistas, 23 emissoras de rádio, 13 estações de televisão e uma agência noticiosa.

A industrialização do campo jornalístico brasileiro é marcada também pela controversa influência estadunidense sobre as práticas e formas de organização da atividade. Autores como Carlos Eduardo Lins da Silva (1991) consideram positiva, ao passo que Werneck Sodrê (1983, p. 403) considera uma invasão com a intenção de “solapar nossa imprensa” e destaca a distribuição de publicidade de empresas de capital estadunidense – Esso Standard do Brasil, The Sidney Ross, Coca-Cola –

a veículos oposicionistas ao governo Vargas, que chegou, em valores da época, a três bilhões 506 milhões e 200 mil cruzeiros. A respeito das consequências desta conjuntura para o modelo de jornalismo predominante no país Elaine Tavares (2011, p.53-54) observa o seguinte<sup>28</sup>:

Até os anos 30, a imprensa brasileira mantivera um estilo de jornalismo opinativo (inspirado no francês), muito partidário, politicamente atrelado, chegando a cometer, amiúde, excessos, como inventar notícias. Mas, o pós-guerra e a influência cada vez maior dos Estados Unidos sobre a cultura e a vida latino-americana acabaram mudando o panorama, fazendo o jornalismo avançar para reformas mais modernas, baseadas na indefectível objetividade representada pelo lide, que é o primeiro parágrafo que responde às seis perguntas tradicionais: quem, quando, onde, como, o que e por que.

No que diz respeito à organização interna, os padrões norte-americanos também são seguidos, desta forma, as grandes redações se constituem via de regra com hierarquia na divisão de tarefas na produção e, como aponta Nilson Lage (2012), com a separação entre redatores e *copy-editores* e controle dos postos executivos sobre as decisões editoriais, sem registro de sistemas socializados de tomada de decisão como, por exemplo, os colegiados de redação a exemplo do que acontece na imprensa européia, por exemplo.

Nessa conjuntura, a atuação oposicionista dos veículos mencionada por Werneck Sodré acentua uma grave crise entre o governo Vargas e a imprensa nacional que culmina, em 1954, com o suicídio do presidente. As relações conturbadas de Getúlio com o campo – que, como citamos antes, tem na sua constituição forte presença da

<sup>28</sup> Ainda de acordo com a autora (TAVARES, 2011, p. 54), os dados apresentados por Sodré corroboram a pesquisa de Ivone Maria Cassol, que relaciona a história do Prêmio Esso e as transformações do jornalismo brasileiro na época a um “jogo político antinacionalista promovido pelos Estados Unidos na América Latina”. Essa relação, que se concretizaria com a criação do programa de rádio Repórter Esso patrocinado pela empresa Standart Oil com o propósito de difundir o chamado *american way os life*, teria entre as consequências apontadas por Cassol os brasileiros deixarem de ser donos do seu fazer jornalístico a partir desse período.

elite produtora e política do país – datavam desde a Revolução de 30, quando os jornais que defendiam a antiga ordem foram invadidos e depredados pela população, caso de títulos como *A Gazeta*, *Jornal do Brasil*, *O País*, *Correio Paulistano*, *Folha da Noite*, entre outros (ROMANCINI; LAGO, 2007; BAHIA, 2009). A respeito da postura dos veículos diante da revolução, Bahia (2009, p. 207), pontua que os grandes jornais estão neste momento

ao lado da lei e da ordem, e às vezes também do lado que obstrui o desenvolvimento, barra as mudanças exigidas desde os anos 20, estimula a corrupção e derruba as aspirações de modernização cosubstanciadas no voto secreto e no exercício pleno da democracia.

A partir de 1937, quando Vargas instaurou o Estado Novo, o controle do governo sobre a imprensa foi reforçado e oficializado por meio da atuação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), criado em 1939. Ocorre, a partir daí, fechamento de jornais e a proibição de novos, episódios de tomada das sedes pelo governo com objetivo de intimidação e o investimento em tentativas de controle da opinião pública por meio da propaganda oficial, que ganha espaço em cinejornais e no programa de rádio *Hora do Brasil* (ROMANCINI; LAGO, p. 100).

Quando Vargas volta ao poder na década de 1950 a o jornalismo volta ser usado como ferramenta política dos dois lados: em defesa da agenda de Vargas, no jornal *Última Hora*, criado por Samuel Wainer com apoio do presidente, e contrário às políticas (trabalhistas e nacionalistas) do seu governo, com destaque para a atuação do jornalista Carlos Lacerda, que lidera uma campanha contra o presidente e contra Weiner com apoio de Assis Chateaubriand e do jornal *O Globo*.

Como relatam Romancini e Lago (2007, p. 106):

É certo que *Última Hora* nascera de uma conjunção de interesses: Wainer queria possuir um jornal e Getúlio precisava de um veículo que o defendesse, daí os empréstimos liberados por órgãos oficiais praticamente sem garantias. Entretanto, isso era comum na época – a maioria dos grandes jornais devia ao governo –, por um lado. Por outro, Wainer era um jornalista muito competente, havia antes dirigido revistas como a

esquerdista *Diretrizes* (criada em 1938) e trabalhando em jornais como *O Globo* e *O Jornal*, de Chateaubriand, e soube fazer um diário atrativo.

A bem assinalada questão do subsídio do governo aos jornais na época nos conduz a outro momento marcante na constituição do campo jornalístico brasileiro: a expansão da radiodifusão e a atuação do governo militar, instaurado com o golpe civil-militar de 1964, em relação aos veículos de comunicação brasileiros. Ao mesmo tempo em que parte da imprensa é cerceada no período do regime e, em alguns casos, reprimida violentamente, a radiodifusão recebe incentivos significativos do governo para sua expansão<sup>29</sup>. Somado ao contexto de expansão cultural que se desenvolvia desde os anos 60, e teve seu auge nos anos 70 e 80, o estímulo do governo militar se mostrou fundamental no desenvolvimento das cadeias de comunicação de rádio e televisão no país<sup>30</sup>.

A respeito da distinção no tratamento que o regime dispensou à imprensa escrita e à radiodifusão, José Marques de Melo (1986, p.30) observa que:

A contradição aparente está no fato de se restringir a liberdade de expressão enquanto se tomam medidas para ampliar a capacidade de

<sup>29</sup> A respeito deste aspecto, José Marques de Melo (1986, p. 30-31) observa que: “Fundamental para essa ofensiva foi o critério adotado na distribuição dos novos canais de radiodifusão, privilegiando os grupos nacionais e regionais alinhados com o partido político que lhe deu sustentação (primitivamente, a ARENA, e depois da reforma partidária o PDS). Numa pesquisa em 1976 sobre a estruturação e a programação da TV brasileira, identificamos claramente essa situação: nenhuma emissora estava em mãos ou mantinha vinculações com políticos opositores, ou seja, do PMDB”.

<sup>30</sup> A partir da década de 1970, a grande empresa jornalística nacional e regional evoluiu para sistemas de comunicação que integram além de jornais, revistas, rádio e TV, também livros, discos e indústria gráfica. Neste período, as cadeias passam a existir em todo o país, suas sedes se expandem para cidades fora do eixo Rio-São Paulo, e muitos destes sistemas vão se destacar como os maiores em atividade no ocidente, um processo que culmina nos anos 80 e tem como maior representante o Grupo Globo. Além de veículos jornalísticos, o grupo empresarial associado à emissora apresenta ao longo da sua trajetória bens em setores diversos como gravadoras, editoras, imobiliário, pecuária, varejo e microeletrônica (BAHIA, 2009).

difusão coletiva das mensagens produzidas pelas empresas de comunicação. Mas, na verdade, são posturas coordenadas, pois a resistência à militarização do regime concentra-se na rede de comunicação impressa, menos vulnerável à ação governamental, e que portanto não merece incentivo para a sua expansão. O crescimento vertiginoso ocorre no setor da radiodifusão, cujo estatuto legal impõe o controle permanente do Estado, quer no fluxo das mensagens difundidas, quer no regime de propriedade (dependente da renovação e concessão de canais).

Neste contexto de cerceamento à imprensa escrita, surgiram publicações de resistência ao regime, a chamada imprensa alternativa, que se consolidou como uma referência do que se convencionou chamar de jornalismo alternativo no país a partir daí. Em contraponto ao discurso do poder político repercutido pelos veículos comerciais da época, surgem neste período títulos como *Pif-Paf*, *O Pasquim*, *Opinião*, *Movimento*, *Pato Macho*, *Coojornal*, *Nós Mulheres*, *Em Tempo* e *Lampião da Esquina*, entre outros. Muitas vezes tocados de forma clandestina, como em outros momentos de crise política, muitos desses jornais tem duração efêmera ou desaparecem antes da democratização, alguns permanecem junto a órgãos políticos e movimentos comunitários (ROMANCINI; LAGO, 2007; KUCINSKI, 2003).

Uma leitura bastante completa sobre as publicações alternativas que surgiram nesta conjuntura é fornecida por Bernardo Kucinski (2003), na obra *Jornalistas e Revolucionários*, onde autor relata a história dos principais títulos do tipo no período. A respeito da delimitação desta imprensa como alternativa, o autor afirma o seguinte:

[...] o radical de *alternativa* contém quatro dos significados essenciais dessa imprensa: o de algo que não está ligado a políticas dominantes; o de uma opção entre duas coisas reciprocamente excludentes; o de única saída para uma situação difícil e, finalmente, o do desejo das gerações dos anos de 1960 e 1970, de protagonizar as transformações sociais que pregavam” (KUCINSKI, 2003, p.5, grifo do autor).

Assim, da mesma forma que em outros momentos e contextos históricos, a formação da imprensa alternativa se associa, para além da

oposição ao regime, a um cenário social mais amplo, neste caso, marcado pelo movimento da contracultura e pelos movimentos estudantis de 1968. Influências presentes em alguns títulos da imprensa alternativa que se associam a causas mais amplas, caso do *Nós Mulheres*, publicação feminista, e do *Lampião da Esquina*, pioneiro jornal homossexual, lançado no Rio de Janeiro em 1978 (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 141).

Nas redações convencionais, a censura, instituída com o AI 5, em 1968, volta a interferir nas redações. Data desta época a referência a livros/listas negras (DINES, 1986; BAHIA, 2009) que discriminavam os temas que não poderiam ser abordados pelos jornais, documentos como o intitulado “Regras Gerais de Censura”<sup>31</sup> – proibindo abordagem de temas como a crise da carne, negócios com petróleo, discursos da oposição na Câmara dos Deputados, manifestações contra o regime no exterior e a sucessão presidencial, por exemplo. Além da redução do debate público, na perspectiva de Dines (1986, p. 91), o autoritarismo do regime militar marca a prática jornalística no país a partir daí ao introduzir o que o autor chama de “era da nota oficial”.

A ruptura dos grandes jornais com o discurso do governo militar acontece apenas no período da abertura política, na década de 1980, quando o movimento “Diretas Já” toma proporções que não podem ser ignoradas. A demora dos veículos em reconhecer a dimensão do movimento alimenta perspectivas como a de José Marques de Melo (1986), que enxerga no comportamento dos veículos um viés “tipicamente mercadológico”. Ainda segundo o autor, a constituição dos

<sup>31</sup> Documento distribuído pela Polícia Federal em 1972 aos jornais cariocas relacionando como temas proibidos: “1) Inconformidade com a censura de livros, periódicos, jornais e diversões. 2) Campanhas visando a revogação dos Atos institucionais, nomeadamente do Ato Institucional n.º5.3) Contestação ao regime vigente. Diferê de Oposição, que é legal.4) Notícias sensacionalistas que prejudiquem a imagem do Brasil e tendentes a desnaturar as vitórias conquistadas pelo Brasil.5) Campanha de descrédito à Política Habitacional, Mercado de Capitais e outros assuntos de vital importância para o governo.6) Assaltos a mão armada a estabelecimentos de crédito e comerciais, acompanhado de abundante noticiário, instrutivo e exemplificativo, sem sentido negativo.7) Tensão entre a Igreja Católica e o Estado e agitação nos meios sindicais e estudantis.8)Ampla publicidade sobre noções comunistas e pessoas do mundo comunista. 9) Críticas contundentes aos governadores estaduais, procurando demonstrar o desacerto da sua escolha pelo Governo Federal.10) Exaltação da imoralidade e do erotismo, notícias sobre homossexualismo, prostituição e tóxicos.” (DINES, 1986, p. 136-137).

grupos de comunicação do país nas décadas seguintes (oligopólios privados, com atuação quase inexpressiva de iniciativas de jornalismo público) estabelece a marginalidade das minorias em prol do direito a informar como um privilégio da burguesia (MELO, 1986)<sup>32</sup>.

Essa tensão entre a marginalidade das minorias e os privilégios da burguesia, que permeia toda a formação do campo jornalístico no Brasil e se acentua em outros momentos de divisão no campo, nos parece também associada a uma nova onda de publicações alternativas no contexto contemporâneo. As jornadas de junho de 2013 se mostram um episódio bastante simbólico para pensar, neste início de século 21, tanto a grande mídia brasileira, quanto as iniciativas que se desenvolvem fora deste espaço e voltam a viver, nesta conjuntura, um momento de expansão – desde os anos 1990, cerca de 70 projetos sem vínculo com a grande mídia atuam no país, sendo 41 deles criados entre 2014 e 2015. Naquele ano, milhares de pessoas foram às ruas em um processo complexo que começa com os protestos contra o aumento da tarifa do transporte coletivo em São Paulo, e, mais tarde, se mostraria de alguma forma peça fundamental no desfecho da crise que culmina com o impeachment da presidente Dilma Rousseff em 2016.

Na análise de Venício Lima (2013), a atuação da grande mídia – em termos do autor, “velha mídia” – neste episódio repete a ação dos veículos em benefício dos interesses das elites do país das, como em outros momentos históricos, a citar, o apoio ao golpe de 64. A análise de Lima é corroborada por levantamento realizado pela ONG Intervezes a respeito da cobertura dos protestos nos jornais *O Globo*, *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*. O estudo constata o silenciamento dos atores envolvidos nas manifestações em todas as coberturas, em detrimento de um destaque positivo para a ação do poder público, marcada por repressão violenta, padrão que se altera na medida em que aumenta a violência dos atos em geral e os ataques a jornalistas (INTERVOZES, 2014).

Como relata o autor (LIMA, p.92, 2013):

<sup>32</sup> Em abordagem mais recente, Melo (2012, p. 155) reitera a perspectiva da comunicação no país como um “privilégio das elites nacionais” e avalia que mesmo a internet, no contexto contemporâneo, não garante necessariamente o fortalecimento da democracia, uma vez que a mesma “[...] ancora-se na liberdade de imprensa, entendida como expressão plural de correntes de pensamento que atuam na sociedade. Mas ela só se robustece quando o conjunto da sociedade usufrui os benefícios da informação pública”.

A primeira reação foi de condenação pura e simples. As manifestações deveriam ser reprimidas com rigor ainda maior. À medida, no entanto, que o fenômeno se alastrou, a velha mídia alterou radicalmente sua avaliação inicial. Passou então a cobrir em tempo real os acontecimentos, como se fosse apenas uma observadora imparcial, que nada tivesse a ver com os fatos que desencadearam todo o processo. O que começou com veemente condenação transformou-se, da noite para o dia, não só em tentativa de cooptação, mas também de instigar e pautar as manifestações, introduzindo bandeiras aparentemente alheias à motivação original dos manifestantes.

A velha mídia identificou nas manifestações – iniciadas com um objetivo específico, a saber, a anulação do aumento da tarifa de ônibus na cidade de São Paulo – a oportunidade de disfarçar o seu papel histórico de bloqueadora do acesso público às vozes – não só de jovens mas da imensa maioria da população brasileira. Mais do que isso, identificou também uma oportunidade de “desconstruir” as inegáveis conquistas sociais dos últimos anos em relação ao combate à desigualdade, à miséria e à pobreza.

Enquanto crescem os atos de repúdio à grande mídia e às suas representações – sedes, carros e até mesmo trabalhadores são alvos de ataque – cresce também a visibilidade para a atuação da mídia independente, sobretudo a na época recém-lançada Mídia Ninja, que literalmente rouba a cena ao transmitir, desde o início, as manifestações em tempo real via streaming (de “dentro” dos protestos). E, assim, não apenas entra na disputa de narrativa com a grande mídia (que, até então, cobria “de fora”), como abre um ponto de disputa no campo: afinal, o que aqueles jovens faziam era jornalismo ou ativismo? – foi o que jornalistas profissionais, analistas e pesquisadores, insistiram em questionar na época.

Nossa percepção da formação do campo jornalístico no Brasil nos leva a crer que ambos – jornalismo e ativismo – nunca estiveram dissociados, fosse o jornalismo de elite ou combativo às classes dominantes. Parte expressiva das iniciativas de jornalismo que surgem



após as Jornadas de Junho no Brasil se associa à reivindicação pela “liberdade da cidade” defendida por David Harvey (2013) ou a outras causas características do nosso tempo, entre elas: direitos humanos, direito à cidade, pluralidade, igualdade de gênero, questão racial brasileira, democratização da mídia, empoderamento feminino, midialivrismo, postura contra-hegemônica ou anticapitalista e crítica à globalização. Entre os projetos concebidos nestes eixos, além da Mídia Ninja e dos estudos de caso da pesquisa, podemos citar como exemplos Revista AzMina<sup>33</sup>, Ponte<sup>34</sup>, Outras Palavras<sup>35</sup>, Periferia em movimento<sup>36</sup>, Passapalavra<sup>37</sup> e Think Olga<sup>38</sup>, entre outros.

Embora no período de ápice do surgimento destas iniciativas (de 2013 a 2015) não se observasse ainda propriamente uma crise política aguda – como se mostraria, posteriormente, o golpe parlamentar de 2016, que ocorre com aval do poder judiciário e da grande mídia – o fato de que tais pautas tenham se tornado bandeiras de engajamento nos indica que há sobre elas forte tensão, uma disputa ideológica e que decorre, talvez, justamente da resistência das elites às conquistas sociais lembradas por Lima. A disputa do espaço social no que tange as diversas pautas apresentadas, no entanto, não nos parece ser a única causa do fenômeno ou, ao menos, não a principal para todos os casos. Trabalhamos com a hipótese de que somada à conjuntura política há, de forma paralela, uma tensão específica ao campo jornalístico, tendo em vista a incidência de concepções e formatos de atuação que parecem buscar se distanciar do que foi estabelecido na prática de modo convencional no campo.

<sup>33</sup> Disponível em: . Acesso em: 4 abr 2016.

<sup>34</sup> Disponível em: . Acesso em: 4 abr 2016.

<sup>35</sup> Disponível em: . Acesso em: 4 abr 2016.

<sup>36</sup> Disponível em: . Acesso em: 4 abr 2016.

<sup>37</sup> Disponível em: .Acesso em: 4 abr 2016.

<sup>38</sup> Disponível em: .Acesso em: 4 abr 2016.

## 2 ORGANIZAÇÃO E FINANCIAMENTO NO MODELO CONVENCIONAL

A influência do campo econômico sobre o jornalismo é bastante determinante nos formatos de organização adotados no campo de forma geral. A estrutura de propriedade, o modelo de financiamento e as rotinas produtivas que se convencionaram no campo são atravessadas por esse aspecto. Embora, historicamente, experiências que se distanciam deste padrão em maior ou menor medida sempre tenham ocorrido, o modelo de organização que se sobressai de forma dominante no campo até a atualidade é o convencional, caracterizado pela propriedade privada, frequentemente com controle de agentes externos ao campo – empresários, investidores, etc. –, financiamento via publicidade e hierarquia nos processos internos de tomada de decisão.

O tema é abordado a seguir a partir de dois aspectos: (1) a relação entre o jornalismo e o capitalismo e (2) as implicações da formatação do jornal como empresa para a organização interna e os processos de tomada de decisão no jornalismo convencional. A abordagem visa discutir, mais a fundo, as tensões implicadas à organização econômica adotada de modo convencional no jornalismo e os eventuais constrangimentos da mesma para a prática no campo. Não se trata, portanto, de uma revisão teórica ampla, mas de um recorte que busca contemplar estudos clássicos e recentes que ajudam a situar as duas temáticas em torno desta questão<sup>39</sup>.

### 2.1 JORNALISMO E CAPITALISMO: O JORNAL EMPRESA E A NOTÍCIA COMO MERCADORIA

O surgimento do jornalismo como prática coincide com o desenvolvimento do capitalismo (CORNU, 1999; LAGE, 2012; GENRO FILHO, 2012). A necessidade de troca de informações por meio de publicações periódicas se origina no contexto do mercantilismo

<sup>39</sup> Uma revisão teórica mais ampla a respeito das diferentes correntes que compõem os estudos sobre produção e seleção de notícias é fornecida por obras que se dedicam à compilação das teorias da comunicação e do jornalismo, como as de Nelson Traquina (1993) e Mauro Wolf (1999).

européu e se desenvolve como atividade econômica na medida em que a informação acompanha a evolução das permutas e do comércio e se torna, ela também, um item com valor de mercadoria. Nesse sentido, há uma diferença significativa do jornalismo em relação a outros bens culturais no que diz respeito à dupla natureza assinalada por Bourdieu (2015b): embora a necessidade social da informação preceda o capitalismo, a formatação de uma atividade específica para este fim é um fenômeno típico da sociedade moderna, diferente, por exemplo, de manifestações artísticas como o teatro ou a literatura, que se estabelecem antes disso.

Apesar dessa origem privada, o jornalismo se expande posteriormente como um serviço de interesse público, na medida em que lhe é atribuído o papel de mediação entre as decisões políticas e a opinião pública (CORNU, 1999), diferenciando-se, assim, das demais atividades econômicas. Desta forma, no jornalismo, essa dupla natureza não se dá a partir de uma referência já estabelecida – não há, propriamente, um jornalismo anterior ao jornalismo comercial ao qual se possa remeter. Não nos moldes análogos aos atuais – mas sim de espaços e funções que a atividade adquire na sociedade e do entendimento do acesso à informação como um direito essencial às democracias.

A ideia de que reside no jornalismo uma natureza que extrapola a sua condição de mercadoria se relaciona ao que Adelmo Genro Filho (2012)<sup>40</sup> argumenta ao delimitar a prática como uma forma social de conhecimento. Partindo de uma leitura crítica marxista, o autor aponta que ainda que seja uma forma de manifestação e reprodução da hegemonia das classes dominantes, o jornalismo não pode ser reduzido às condições de sua gênese histórica, nem à ideologia burguesa<sup>41</sup>. Há,

<sup>40</sup> Obra publicada originalmente em 1987.

<sup>41</sup> A respeito da manifestação da ambiguidade que resulta do interesse burguês na informação jornalística propriamente, o autor observa que: “No modo de produção capitalista, os acontecimentos importantes do mundo, em virtude da contigüidade objetiva no espaço social, tornaram-se também ‘fenômenos imediatos que povoam o cotidiano’. Portanto, essa ambiguidade da informação jornalística, que apresenta algo já acontecido como se ainda estivesse acontecendo, reconstitui um fenômeno que não está sendo diretamente vivenciado como se o estivesse, que transmite acontecimentos através de mediações técnicas e humanas como se produzisse o fato original; essa ambiguidade não é apenas produto maquiavélico do interesse burguês. A possibilidade de manipulação decorre dessa relação tensa entre o objetivo e o

segundo a perspectiva de Genro Filho, um sentido para a atuação do jornalismo na sociedade que vai além da sua condição de mercadoria – como afirma, parafraseando Sartre, “a notícia é uma mercadoria, mas não é uma mercadoria qualquer” (GENRO FILHO, 2012, p. 23). Mesmo partindo de um referencial teórico distinto<sup>42</sup>, tal entendimento dialoga em certa medida com o pensamento de Bourdieu ao evidenciar esta duplicidade e superar a visão do jornalismo como, exclusivamente, uma ferramenta de dominação<sup>43</sup>.

A partir da teoria de Genro Filho, é possível pensar tanto que o jornalismo convencional não está fadado aos limites da sua condição de mercadoria – ele pode gerar conhecimento para a transformação social, como defende o autor – quanto que o jornalismo pode se dar fora das dimensões nas quais tradicionalmente se estabeleceu. Ou seja, um jornalismo que foge ao modelo liberal não deixa de ser jornalismo – com efeito, há uma corrente de autores (ANDERSON et al, 2013; ALVES, 2014; CAGÉ, 2016) que defende que a sobrevivência da atividade atualmente dependa justamente do abandono do modelo liberal em favor de outras institucionalidades, como abordaremos mais a frente neste item.

Na constituição do jornalismo como uma atividade liberal, mistura-se à sua ligação com os ideais burgueses a difusão dos ideais de

---

subjetivo, que está na essência da informação jornalística” (GENRO FILHO, 2012, p. 32).

<sup>42</sup> A rigor, a perspectiva teórica de Pierre Bourdieu se fundamenta em outra corrente sociológica, o pensamento de Max Weber. A respeito das referências do autor, Lago (2015, p. 734) esclarece que: “A proposta de Bourdieu dialoga com a filosofia, ancora-se nos cânones da Sociologia e se contamina da Antropologia. Nesse movimento, o autor resgata tanto a Fenomenologia e o sujeito, quanto o Estruturalismo, ao qual acrescenta o componente histórico. Se percebemos em seus escritos, o Estruturalismo de Lévi-Strauss como legitimador da Ciência Social e o projeto de construção da Sociologia, como em Durkheim, também veremos a centralidade da questão com o poder e a dominação (herança marxista) e a relação do sujeito com as estruturas sociais (aos moldes weberianos)”.

<sup>43</sup> Embora a perspectiva que apresenta em *Sobre a Televisão* tenda a ser interpretada desta forma, em outras menções ao campo (BOURDIEU, 2005), o autor destaca que a importância de falar se falar em “campo jornalístico” reside justamente em uma preocupação em não tratar a questão atribuindo responsabilidade pontualmente aos jornalistas ou a uma suposta natureza maligna das instituições.

liberdade de expressão e de pensamento, como sintetiza Nilson Lage (2012, p. 23):

A burguesia ascendente utilizou seu novo produto para a difusão dos ideais do livre comércio e de livre produção que lhe convinham. Logo também viriam as respostas do poder político autocrático a essa pregação subversiva, sob a forma de regulamentos de censura ou da edição de jornais oficiais e oficiosos, vinculados aos interesses da aristocracia. A liberdade de expressão do pensamento somou-se na luta contra a censura, às outras liberdades pretendidas no ideário burguês, e o jornal tornou-se instrumento de luta ideológica, como jamais deixaria de ser.

A partir da revolução industrial europeia, que tem entre outras consequências o aumento da alfabetização da população, o jornal se consolida no formato empresa. Com a mecanização da produção, aumentam a inserção das publicações na sociedade e o investimento inicial necessário para a operação do negócio, como prossegue Lage (2012, p. 27):

Consequência particular da Revolução Industrial foi a mecanização dos processos de produção dos jornais. Isto lhes permitiu multiplicar as tiragens, estabelecendo patamares de circulação bem acima dos da fase anterior. Por outro lado, passou a exigir do empresário jornalístico investimento inicial apreciável, que precisava ser remunerado. Na linguagem dos estudos da Economia, que datam desse tempo, tal situação corresponde ao “aumento da capacidade produtiva” e à “exigência de maior responsabilidade na produção”.

O aumento da capacidade produtiva implica, entre outros aspectos, na adoção da venda de espaços publicitários como fonte de receita das empresas jornalísticas, acentuando, desta forma, os interesses privados. Ainda assim, a ideia do jornalismo como uma atividade de interesse público permanece, constituindo uma tensão entre o que se declara como o compromisso da atividade e as suas condições objetivas de produção. Partindo do pensamento de Habermas, Wilson Gomes (2008) situa este conflito como típico da esfera pública contemporânea,

por sua vez caracterizada pela representação pública de interesses privados que não assumem essa condição. Desta forma, se, em um primeiro momento, o caráter privado do jornalismo é o que propicia um primeiro espaço de liberdade frente à censura exercida pelos poderes absolutistas e pela Igreja, à medida que se constitui e evolui como uma atividade liberal, este caráter tende a ser o elemento que compromete sua função crítica (CORNU, 1999; GOMES, 2008).

Pensando na notícia como mercadoria, o conflito entre interesse público e interesse privado se expressa na contradição entre o valor de uso e o valor de troca da mesma, como aponta Ciro Marcondes Filho (2009)<sup>44</sup>. Buscando contrapor, sob uma ótica marxista, a perspectiva pragmática que situa a produção de notícias como uma atividade objetiva e imparcial, Marcondes Filho (2009, p.94) afirma que “o valor de uso da mercadoria notícia é, para o editor – em última instância – somente meio para a realização do seu valor de troca”. Assim, embora o valor de uso – ou seja, a leitura, o acesso à informação em geral – seja determinado pelo público consumidor dos produtos jornalísticos, o fato de não ser este público o financiador efetivo dos mesmos implica a formação de uma segunda clientela composta pelos anunciantes.

Como prossegue o autor, o comerciante de informações colocará sua mercadoria, desta forma, “em ‘dois diferentes mercados’, que na verdade não passam de um só: o comprador do espaço publicitário estará visando ao mesmo público, à faixa de leitores do jornal à qual ele pretende ter acesso” (MARCONDES FILHO, 2009, p. 95). Da mesma forma que um mercado se ajusta ao consumo, abre-se espaço, assim, para uma prática de ajustamento às audiências que se aproxima ao que Bourdieu (2015b) observa a respeito da homologia entre os circuitos de produção e reprodução<sup>45</sup>.

No contexto da industrialização, a notícia como mercadoria pode ser pensada sob a ótica de um produto de consumo típico das sociedades urbanas e industrializadas, como delimita Cremilda Medina (1988). A autora compreende o jornalismo como parte de uma atividade fortemente associada ao desenvolvimento dos núcleos urbanos e olha para o mesmo sob a perspectiva da indústria cultural – reconhecendo que a corrente conduzida por Theodor Adorno deixa um “vazio” no que diz respeito à integração teórica com a dinâmica interna do fenômeno

<sup>44</sup> Obra publicada originalmente em 1986.

<sup>45</sup> Benson (2016) pondera que, na perspectiva da lógica institucional, este aspecto se diferencia da noção de Bourdieu ao reconhecer a ênfase em uma consciência estratégica para as tomadas de decisão.

(MEDINA, 1988, p. 30). Em contraponto à ideia da notícia como mensagem-consumo, modo como é entendida de forma clássica na visão da Escola de Frankfurt, Medina (1988, p. 40) faz a seguinte reflexão:

Mensagem consumo ou interação social? É difícil desvincular uma da outra porque os dois pólos são dinamicamente articulados num sistema “mosaico” e não “coerente” com a alta cultura clássica. Enquanto toda a aparência é de uma mensagem a serviço do *status*, conformista e anti-revolucionária, como afirma Lohisse, está na realidade provocando a grande revolução dos valores particulares e elitistas para a supremacia dos valores-massa. Enquanto envia inúmeras mensagens pseudo-relatos da realidade ou informações minadas de ideologia, no bojo vão dados da realidade que antes ficavam limitados ao saber dos sábios.

Na medida em que a organização industrial se transforma e se configura uma compressão da relação tempo/espço (HARVEY, 2009), a notícia como mercadoria, como observa Sylvia Moretzsohn (2002, p. 120) em uma abordagem mais contemporânea do tema, “vende também, e principalmente, a ideologia da velocidade”. Desta forma, configura-se o que Moretzsohn denomina de jornalismo em tempo real: inserido no contexto de velocidade característico do mundo contemporâneo, este jornalismo “se justifica a partir das necessidades do capital financeiro mas estende a sua lógica ao trabalho jornalístico em geral, reiterando o fetiche” (MORETZSOHN, 2002, p.120).

As contradições entre uma estrutura que favorece a precipitação, apostando em prognósticos da atualidade, e a necessidade de algum distanciamento e desaceleração para uma apuração rigorosa da notícia, como observa a autora, datam da própria constituição da imprensa como atividade industrial. Atualmente, na era do “tempo real”, as contradições se agravam e ao mesmo tempo se resolvem (aparentemente) pela “eliminação de um dos termos do problema – a necessidade de veicular informações corretas e contextualizadas –, pois ‘qualquer explicação serve’ para sustentar a notícia transmitida instantaneamente” (MORETZSOHN, 2002, p. 128).

Passando à era da globalização, o agravamento das contradições passa também pela atuação do capital financeiro que vem para suprir as necessidades de lucro que os empresários de mídia já não conseguem

atender diante da expansão da atuação dos seus negócios, como apontam Jean Charron e Jean de Bonville (2016). De acordo com os autores, esse processo gerou uma dependência dos grupos de mídia em relação aos investidores de capitais com características e exigências completamente distintas do jornalismo – é o caso de fundos de pensão, sociedades de investimento e companhias de seguros, por exemplo, como indicam os autores. Sendo assim, para este capital, vigoram interesses próprios, que não o do jornalismo (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 355):

Motivado apenas pelo valor das ações na Bolsa, ele cria concorrência nas atividades econômicas globais e eleva o limite de rentabilidade ao máximo possível; ele é “cego” às particularidades dos diferentes setores industriais e, portanto, indiferente às funções institucionais da mídia (funções de informação, de expressão dos pontos de vista, de representação igualitária dos grupos e das questões sociais, etc.)

A globalização traz também, na passagem para o século 21, mudanças estruturais para o mundo e para o jornalismo com a expansão da internet e a entrada em um período de crise no mercado e na profissão. Como constata José Luís Garcia (2009) em estudo a respeito dos jornalistas portugueses, na transição para o novo século, a fusão com outros setores – incluída aí também a informática – traz para a indústria de mídia tradicional uma nova dinâmica que se caracteriza pela ampliação da abrangência dos produtos midiáticos e uma disposição para conduzir a prática em direção a outros campos.

De acordo com Garcia (2009, p. 29), na medida em que o capitalismo jornalístico típico do século 20, “estribado na venda de jornais, conquista de audiências e publicidade” passa a ser submetido “às contradições vindas das ondas de choque da emergente economia do conhecimento e do capitalismo informacional/digital”, há uma espécie de transbordamento, de modo que já não se fale apenas em “jornalismo”, mas em jornalismo e conteúdos midiáticos<sup>46</sup>. Desta forma,

<sup>46</sup> Nesse sentido, o autor considera que este capitalismo digital é prejudicial ao jornalismo uma vez que “[...] quando tudo passa a ser rotulado de produto informativo, o perigo é arruinar-se a especificidade do jornalismo” (GARCIA, 2009, p.32). Da mesma forma, Garcia (2009, p. 30) critica a perspectiva de que as necessidades informacionais da sociedade venham a ser resolvidas pela atuação de plataformas como a Google e problematiza a



“exacerba-se a tensão entre a procura do lucro e a necessidade de as sociedades democráticas contarem com um sistema de informação que sirva de espaço político democrático”, como prossegue o autor (GARCIA, 2009, p. 29).

Para C.W. Anderson, Emily Bell e Clay Shirky (2013), trata-se do fim da indústria jornalística. Na visão dos autores, o aumento das liberdades para se comunicar – dos produtores de notícias, dos anunciantes e do público –, aliado à explosão de novas técnicas e ferramentas nas últimas décadas, lança por terra a “velha ordem”, constituindo o que denominam jornalismo pós-industrial (ANDERSON et al, 2013, p. 32). Entre as implicações deste processo, que os autores caracterizam a partir do estudo do jornalismo estadunidense, está o fim do subsídio da publicidade para as empresas jornalísticas e, diante do enfraquecimento econômico das mesmas, uma diminuição do capital simbólico do jornalista, uma vez que “o capital reputacional do jornalismo foi conferido basicamente à profissão e ao conjunto de instituições, não a jornalistas de forma isolada” (ANDERSON et al, 2013, p. 59).

Ao longo da transição, corre-se o risco de que este capital não se estabilize nem entre as mídias tradicionais (onde fica contemplado o jornalismo convencional), nem entre as novas, como alertam os autores em um exercício de projeção de como a situação poderia vir a se configurar no ano de 2020:

de todos os cenários nefastos que se poderia imaginar, este seria o pior: o poder e a função das velhas organizações seguem definhando, mas novas entidades simplesmente são incapazes de manter as rédeas sobre o poder burocrático (ANDERSON et al, 2013, p. 87).

---

perspectiva da internet como uma ferramenta para o conhecimento de forma geral, advertindo que “existem sinais suficientes de que o desenvolvimento da internet está a reestabelecer vários dos principais problemas políticos que os media tradicionais tinham já posto, indicando que a mudança do meio técnico não é o suficiente para os solucionar”. Se, por um lado, na época em que o estudo foi publicado a Google não tinha sua presença na vida cotidiana tão estabelecida quanto atualmente, hoje, a preocupação com os problemas mostra-se fundamentada, na medida em que esta e outras plataformas, como o Facebook, exercem uma espécie de monopólio no ambiente digital.

Na visão dos autores, para se evitar este cenário, a solução seria fortalecer as instituições fora do mercado, em formatos sem fins lucrativos, como fundações jornalísticas<sup>47</sup>.

## 2.2 ORGANIZAÇÃO INTERNA E TOMADA DE DECISÃO

Ao mesmo tempo em que conquista um espaço de mediação social, o jornalismo segue se desenvolvendo como um produto que acompanha as mudanças do capitalismo e tendo seus processos produtivos afetados pela sequência de transformações tecnológicas que se seguiram à invenção da prensa de tipos móveis que possibilitou as primeiras publicações periódicas. Desde a configuração industrial inicial até o tempo atual – do pós-industrial e tempo real – a organização e as rotinas internas do jornalismo são afetadas pelas características da ordem econômica predominante e as tensões decorrentes da mesma. Delimitando este aspecto, não há a intenção de superestimar o poder da organização sobre a conduta do jornalista em particular, mas apenas evidenciar as tensões subjacentes na mesma, tendo em vista a centralidade das mesmas na análise proposta neste trabalho.

De modo geral, a organização industrial acentua as rotinas da atividade, configurando um processo de burocratização dos processos que contrasta com o trabalho de rua característico do jornalismo (apuração, entrevistas, cobertura de acontecimentos, etc.). No que diz respeito à organização interna das empresas jornalísticas, uma consequência significativa da configuração industrial e expressiva desta burocratização é a divisão das tarefas na produção da notícia. Como afirma Lage (2012, p. 33), esta divisão decorre de uma imposição da transformação do jornal em empresa: “tratava-se de adaptar uma estrutura industrial taylorista – ou fordista, em linha de montagem – à produção de informação e matérias de entretenimento, principalmente”.

Enquanto nos primeiros jornais as tomadas de decisão, tanto editoriais quanto administrativas, se concentravam em um profissional ou uma equipe pequena que responde pelo processo, com a ampliação

<sup>47</sup> A aplicabilidade do modelo de fundações ao jornalismo foi discutida mais a fundo por outros autores como Felipe Alves (2014) e Julia Cagé (2016), que avaliam, respectivamente, a implantação do modelo em Portugal e na França.

da estrutura de produção a responsabilidade é dividida de acordo com a atribuição de funções específicas e, em última instância, passa a ser da empresa. Nesse sentido, decorre da organização industrial um “esvaziamento da responsabilidade individual do jornalista diante do público, em favor da coletivização da responsabilidade” (LAGE, 2012, p. 34). Como demarca o autor, esse esvaziamento se evidencia, por exemplo, na impessoalidade dos textos de forma geral, reservando para perspectivas que fogem a este padrão espaços fixos assinados, como colunas e artigos, além de editoriais assumidos pela empresa ou pelo redator-chefe.

De forma semelhante, o pesquisador Gilles Bastin (2013) entende que decorre do processo de profissionalização e surgimento do jornalismo comercial um ofuscamento da personalidade do jornalista individualmente. Em uma aproximação entre o tema e a noção de pária na perspectiva teórica de Max Weber, o pesquisador francês chama a atenção para o fato de que assinatura nos textos não se consolida como uma garantia coletiva, mas sim uma espécie de padrão de diferenciação entre jornalistas comuns e “estrelas” no campo (BASTIN, 2013, p. 230)<sup>48</sup>.

A separação em funções atende a uma hierarquia que tem como fundo a submissão da equipe de reportagem, responsável pela apuração e coleta de dados, a uma cadeia de comando que responde pela edição final, desde os textos e títulos individualmente à capa (ou destaques em geral) da edição, e que, em conjunto com a direção administrativa do veículo, detém o controle sobre o produto final da publicação. O poder de decisão final sobre a publicação de um determinado material, costuma ser centralizado em um editor, o *gatekeeper* caracterizado pela teoria de David White (1993)<sup>49</sup>, que verifica tanto a influência de constrangimentos relacionados aos processos produtivos – como, por exemplo, falta de espaço ou de tempo para dar destaque a uma determinada notícia – quanto do julgamento pessoal dos jornalistas que integram a cadeia de decisões.

<sup>48</sup> Embora a assinatura dos repórteres contratados nas publicações seja uma prática assegurada – e entendida como um recurso político, sendo previsto por códigos deontológicos o direito à remoção em caso de discordância do conteúdo (BASTIN, 2013) – a ocultação da autoria se mantém em relação a conteúdos provenientes de assessorias de comunicação e profissionais *freelancers*, estes geralmente identificados apenas como “colaboração especial”, sem que se aponte o nome do autor da matéria.

<sup>49</sup> Texto publicado originalmente em 1950.

Desta forma, o processo de decisão começa pela atuação do repórter – considerada por White como o primeiro *gate*, na atribuição de importância à pauta – e é perpassado pela ideologia em seus distintos momentos, como destaca Luiz Gonzaga Motta (2002, p. 125):

De fato, a seleção da parte do real que vai sair no jornal do dia seguinte ou no telejornal da noite começa desde a elaboração da pauta, passando pela escolha das fontes, pelos cortes que os repórteres fazem da realidade, pelas prioridades atribuídas, pelos ângulos de cada matéria, pela forma como o real é submetido ao texto, pelos cortes, enquadramentos e ênfases subsequentes dos diagramadores e dos editores, num processo complexo e sujeito, em todo o seu percurso, a pressões e a condicionamentos políticos, ideológicos e econômicos.

Ainda que a ideia do *gatekeeper* nos termos propostos por White (1993) venha a ser relativizada e mesmo considerada obsoleta no contexto da internet<sup>50</sup> – quando, entre outros aspectos, a divisão de tarefas passa a ser flexibilizada pela diminuição das fronteiras entre as tarefas de repórter e editor – a existência de uma cadeia de comando que atua com autoridade para a tomada de decisão final se mantém como característica significativa da organização interna adotada de modo geral no jornalismo convencional.

Como observam Pamela Shoemaker e Tim Vos (2011, p. 94) em uma releitura da teoria, o processo de *gatekeeping* é evidenciado dentro de uma organização hierárquica na medida em que “os empregados dos níveis inferiores tentam prever as avaliações de seus superiores para aumentar suas próprias chances de fazer com que suas mensagens sejam transmitidas com sucesso” e que “algumas histórias dos repórteres são mais usadas do que outras”. Desta forma, em parte, o esvaziamento da responsabilidade individual ao qual se refere Lage

<sup>50</sup> A metáfora do *gatekeeper* faz alusão à ideia do jornalista como um porteiro que media o acesso da sociedade à informação. Na medida em que as fontes e o público de forma geral se tornam menos dependentes do jornalismo em favor de canais próprios de comunicação, o caráter dessa relação de mediação se altera e novas leituras se formam a respeito da mesma. Entendendo que este cenário atribui novas funções ao jornalista, Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2007), por exemplo, advertem que os jornalistas permanecem de sentinela em um portão que já não possui cerca ao seu redor.

(2012), se dá no limite objetivo que a divisão técnica impõe: a reportagem tem acesso a apenas uma determinada etapa da cadeia de produção, não podendo interferir na mesma posteriormente, de acordo com a hierarquia de tomada de decisão. Mas se manifesta também em um âmbito subjetivo, por meio desta adequação prévia do corpo da reportagem aos princípios editoriais, que é indicada por estudos como os de Gaye Tuchman (1993)<sup>51</sup>, que analisa a utilização do critério de objetividade como um ritual estratégico diante das rotinas da profissão, e John Soloski (1993)<sup>52</sup>, que situa o profissionalismo como um método econômico das organizações jornalísticas para controlar o comportamento de repórteres e editores.

Na pesquisa de Tuchman, a dinâmica da hierarquia interna do jornalismo pode ser observada no trecho em que a pesquisadora descreve o processo de seleção de notícias no jornal que analisa:

No jornal assim examinado, o adjunto do *managing editor* estava encarregado de fazer a seleção final do material. Se não gostava de um artigo, podia criticar o editor da secção local por tê-lo deixado passar. O editor da secção local faria o mesmo tipo de comentário ao editor da secção “cidade”, e a “representação” desceria pela cadeia hierárquica. Noutras ocasiões, o *top editor* poderia muito simplesmente “corrigir a lápis azul” ou alterar a “má notícia”, queixando-se do facto de os subordinados terem feito um mau trabalho e terem originado trabalho suplementar aos seus superiores. Neste caso, os subordinados perceberiam que o seu trabalho fora inadequado quando lessem o jornal e vissem que o artigo impresso diferia do artigo escrito (TUCHMAN, 1993, p. 77, grifos da autora).

Nesse sentido, a produção da notícia tem subentendida uma dimensão de ameaça para a reputação dos membros da redação e, tendo em vista o risco de processos por difamação, por exemplo, também para a organização jornalística em si. Como conclui a autora, “cada notícia afecta potencialmente a capacidade dos jornalistas no cumprimento das suas tarefas diárias, afecta a sua reputação perante os seus superiores, e

<sup>51</sup> Texto publicado originalmente em 1972.

<sup>52</sup> Texto publicado originalmente em 1989.

tem influência nos lucros da organização” (TUCHMAN, 1993, p. 78). Como observa Girardi Júnior (2007, p. 142), a aplicação do que Tuchman chama de rituais – regras práticas, na terminologia da perspectiva dos campos sociais – garante “a estabilidade das práticas profissionais (quanto à objetividade, horários de fechamento, seleção das notícias p. ex.), o acesso às fontes e a um fluxo de notícias seguro e estável para o jornal e para o jornalista”. Tendo em vista essa tendência, é comum que o processo de escolha das fontes, por exemplo, prime pelas fontes oficiais que, como ressalta o autor, são aquelas que oferecem mais estabilidade – ainda que essa relação de dependência das fontes oficiais tenda a diminuir na medida em que novos canais de mídia são abertos, como apontam Shoemaker e Vos (2011)<sup>53</sup>.

As análises de Tuchman e Soloski corroboram as conclusões de outro estudo de referência a respeito do tema, o trabalho de Warren Breed (1993), que identifica uma forma de controle social que impõe aos trabalhadores os interesses da organização de mídia, a despeito dos mesmos concordarem com estes ou não. Embora reconheça que o jornalista tem, nas diversas etapas do seu trabalho, oportunidades de autonomia profissional para driblar tal controle – por exemplo, por meio da escolha de fontes ou declarações citadas – Breed (1993, p.155) aponta que o jornalista tende a se socializar em um processo de aprendizagem da política editorial vigente e “aprende a antever aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades”<sup>54</sup>.

Entre as razões apontadas pelo autor para a ocorrência deste processo de conformismo estão a possibilidade de sanções institucionais, o sentimento de obrigação e estima em relação aos superiores, aspirações de ascensão na carreira, ausência da atuação de representações coletivas, o prazer em exercer a atividade e o valor da produção da notícia em si, que costuma ser encarada pelos jornalistas como um desafio a ser vencido (BREED, 1993). Entre as diferentes posturas – conformista ou anticonformista – que costumam ser adotadas

<sup>53</sup> Como salientam os autores, o uso de fontes representantes uma “contraelite” por parte da mídia alternativa, entretanto, não difere do padrão da mídia dominante.

<sup>54</sup> A existência de normas de ética jornalística, a tendência de atitudes mais liberais entre os subordinados na hierarquia de produção e o tabu ético que impede os *publishers* de obrigarem expressamente que se sua orientação seja seguida, são apontadas pelo autor como fatores para que a aceitação dos valores da organização não ocorra de forma automática.

pelos profissionais nesse processo, Breed (1993, p. 164) prevê, em um dos extremos, o abandono da profissão:

Nos extremos, o conformista puro pode negar o conflito, enquanto o anticonformista convicto pode deixar o jornalismo. De outro modo, as adaptações parecem ir nesse sentido: 1) Manter-se no emprego mais limando as arestas da política editorial sempre que possível (“Se eu não estivesse aqui o outro tipo deixaria passar todo este lixo...”); 2) Tentar reprimir o conflito de forma amoral e anti-intelectual (“Que diabo, isto é só um emprego; recebe o ordenado e esquece...”); 3) Tentar compensar, “vingando-se” noutros contextos, escrevendo “a verdade” para publicações liberais ou trabalhando com o sindicato.

Em uma perspectiva mais contemporânea, a relação entre o poder econômico e a organização das empresas foi abordada por Benson (2016) e mencionada também por Charron e Bonville (2016), na caracterização que fazem do mercado jornalístico. Para os autores franceses, o controle do poder financeiro sobre as decisões configura o que chamam de distancia social entre a administração e os jornalistas:

De um lado, entre os proprietários acionistas e os administradores que fazem as escolhas estratégicas nos escalões mais altos, que dão quase sempre provas de pouca sensibilidade às funções institucionais tradicionalmente atribuídas ao jornalismo; do outro, os profissionais da informação nas empresas jornalísticas, que perdem sua capacidade de influenciar essas escolhas estratégicas dos proprietários (CHARRON; BONVILLE; 2016, p. 355).

Para Benson, a influência da direção administrativa figura como uma entre outras modalidades relacionadas ao poder e à propriedade nas instituições. O autor propõe quatro tipos ideais para pensar a relação entre poder e propriedade de mídia: (1) instrumentalismo de negócios, (2) instrumentalismo político, (3) adaptação à audiência e (4) orientação e comprometimento com o serviço público. Como sublinha, na prática, muitas das ações executadas pelos proprietários nos distintos modelos

devem incluir elementos de um ou mais deles. Nesse sentido, a adaptação à audiência, por exemplo, pode ser um fator em ação no jornalismo orientado para o serviço público a exemplo do que se nota em lemas como “bom jornalismo é bom negócio” (BENSON, 2016, p. 32, tradução nossa). Da mesma forma, nas mídias comerciais há tendência a se investir em jornalismo de serviço público quando ele coincide com o objetivo de adaptação à audiência.

A análise do autor parte de duas perspectivas distintas, a lógica institucional e a lógica dos campos hierárquicos. Na perspectiva do modelo hierárquico – onde se enquadra a perspectiva dos campos de Bourdieu –, entende-se que, qualquer que seja a origem da propriedade, as práticas também serão mediadas por outros fatores hierárquicos relativos ao campo, de modo que os tipos de propriedade possam não se mostrar tão determinantes da lógica institucional.

Como afirma Benson (2016, p. 34), a mediação das práticas ocorre “‘de cima’ pela lógica profissional dominante do campo jornalístico e pela lógica dominante no campo em uma dada nação”, e “‘de baixo’ pelas audiências diferenciadas hierarquicamente pela educação, renda e ocupação”. Desta forma, um caminho que se indica para situar a questão levando em conta a lógica do campo, seria situá-la em relação ao poder econômico e político e aos gostos da audiência estratificada (BENSON, 2016) – aspectos que tangenciam, em parte, as análises que propomos nos capítulos seguintes deste trabalho.

As características que, de modo convencional, marcam os modos de produção no jornalismo – hierarquia, centralização, verticalidade – guardam também uma dimensão que diz respeito às percepções e relações de gênero que constituem a sociedade ocidental, como observa Marcia Veiga da Silva (2014) ao delimitar que o gênero do jornalismo é *masculino*. Desta forma, assim como os sujeitos, “também a mídia e o jornalismo estão constituídos por gênero e produzem relações de gênero e de poder que resultam em saberes acerca disso” (SILVA, 2014, p. 102). No que diz respeito aos modos de produção das notícias, como verifica o estudo realizado pela autora, tais relações tendem a reproduzir os padrões (marcadores de classe, raça e gênero) mais valorizados na heteronormatividade e podem ser percebidos nos valores que costumam permear as instâncias de poder nas instituições jornalísticas: verticalidade, imposição e centralização, que por sua vez operam como marcadores de distinção que não se restringem às funções exercidas por essas instâncias, mas perpassam as relações de trabalho de forma geral. Como relata Silva (2014, p. 204) a respeito do caso estudado, “[...] os atributos mais valorizados – e



masculinos – não eram exclusividade apenas dos sujeitos institucionalmente investidos nas estruturas de poder. Mas eram indicativos de quem um dia poderia chegar ao topo na hierarquia”.

O constrangimento à autonomia profissional que decorre da organização industrial tende a se agravar na medida em que o jornalismo é afetado pelas transformações do contexto da passagem de século mencionado antes. No que diz respeito aos processos produtivos, a flexibilização característica da organização pós-fordista tende a se refletir na concepção multimídia das organizações jornalísticas, como aponta o estudo de Virgínia Fonseca (2006), que observa as implicações deste novo capitalismo para a organização do jornal *Zero Hora*. Uma delas, relacionada à introdução das novas tecnologias, é a diminuição da demarcação entre funções:

O editor de texto pode tomar uma série de decisões, como escolher e baixar fotos, determinar o espaço e o destaque de determinada matéria na superfície impressa e decidir sobre o desenho da página, restando para o diagramador apenas o acabamento final. Da mesma forma, o repórter pode interferir na edição de sua matéria, sugerindo fotos, títulos, infográficos, artes etc. (FONSECA, 2006, p. 51).

A mudança tecnológica, ainda de acordo com a pesquisa de Fonseca, é adotada pelas empresas visando o aumento do lucro. Intenção que observa diante de aspectos como a aceleração e o aprofundamento da convergência entre as mídias, a compressão do tempo e a redução de custos de produção.

De forma semelhante, discutindo as mudanças estruturais do período para a profissão, Zélia Adghirni e Fábio Henrique Pereira (2011, p. 45), ressaltam três ordens de mudança nos processos produtivos do jornalismo:

“a) a aceleração dos fluxos de produção e disponibilização da notícia; b) a proliferação de plataformas para a disponibilização de conteúdo multimídia; c) as alterações nos processos de coleta de informação (“news gathering”) e das relações com as fontes”.

Entre as consequências que agravam os constrangimentos das rotinas para a atuação profissional, Adghirni e Pereira (2011) citam o aumento da pressão decorrente do aceleramento do processo produtivo e do processo de convergência que reestrutura as empresas na lógica multimídia, a sobrecarga de trabalho (atividades variadas como pesquisa, redação, ilustração, publicação e edição concentram-se em uma mesma função) sem a devida remuneração e a internalização das tarefas – a ideia do “jornalista sentado”, em oposição a uma dinâmica rigorosa de apuração e checagem dos fatos.

Todas essas mudanças ocorrem em conjunto com um processo de precarização da profissão, que como indicam os autores em relação ao jornalismo brasileiro, inclui a diminuição dos postos de trabalho e uma mudança do perfil profissional em favor de trabalhadores mais jovens e inexperientes. Nestas condições, na contramão da prerrogativa de Breed (1993) de uma tendência mais liberal entre os subordinados, tende a se favorecer a formação de uma postura mais maleável aos interesses das instituições<sup>55</sup>:

O encolhimento do número de postos de trabalho em redações tradicionais e o aumento da carga horária dos jornalistas – resultado da “crise” dos processos de convergência – vêm acompanhados de uma desregulamentação dos contratos trabalhistas. Os empregos informais, como freelancers ou os contratos como pessoa jurídica predominam nas redações brasileiras. A substituição de jornalistas veteranos por outros mais jovens é outra prática recorrente. O recém-formado é maleável e se adapta mais facilmente às normas político-editoriais e a salários mais baixos. [...] Cada empresa é livre para impregnar suas matrizes ideológicas nos jovens em formação. Mais jovens e inseguros quanto ao emprego, os jornalistas tendem a relativizar os padrões impostos pelos códigos deontológicos e o pensamento crítico – resultado da formação universitária – em nome dos valores do mercado (ADGHIRNI; PEREIRA, 2011, p. 48).

<sup>55</sup>

A análise de Adghirni e Pererira leva em conta ainda a questão da obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão no país, à época do texto, suspendida e reestabelecida em seguida, em 2012.

Para Bourdieu (1997, p. 53-54), a resignação diante dos constrangimentos decorre de uma tensão entre o que é exigido pelo dia a dia da profissão e o conhecimento discutido nas instituições de ensino, assim como uma igual tendência à inquietação, insatisfação e revolta com a vida profissional – na visão do autor, entretanto, o campo na época estava “longe de uma situação em que essas amarguras ou esses repúdios poderiam tomar a forma de uma verdadeira resistência, individual e sobretudo coletiva”. No entanto, embora claramente agravada pelo contexto da precarização, ainda tomando como base o contexto brasileiro, a resignação parece ceder mais espaço à inquietação na medida em que a crise se agrava. Mesmo porque as condições de ascensão dentro da prática dominante do campo já não oferecem tanto aos recém-formados, de modo que a atuação em novos espaços tende a se tornar mais atraente, aspecto que parece pertinente nas experiências que são objeto desta pesquisa, como será abordado nos capítulos seguintes.

### 2.3 OUTROS MODELOS DE ORGANIZAÇÃO E FINANCIAMENTO

Paralelamente à prática que se estabeleceu de forma dominante no campo, sempre houve iniciativas que se diferenciavam em maior ou menor medida deste modelo, seja pela linha editorial, ou pelos formatos de organização e financiamento, abordaremos os modelos desenvolvidos por algumas delas na sequência. Embora ambos os modelos costumem ser abordadas a partir de seus dois extremos – a mídia hegemônica com financiamento privado via publicidade e o midiativismo, frequentemente, não financiado e de alcance restrito – há registro de experiências de caráter comercial, ou mesmo sem fins lucrativos, que se aproximam ao jornalismo convencional em escopo e abrangência, mas se mantêm financeiramente com uma estrutura organizacional e de propriedade distintas do que se convencionou como prática dominante no campo desde a industrialização.

O surgimento de experiências assim se acentua no contexto da internet, mas muitas delas surgiram e se consolidaram antes disso. No compilado de casos realizado por Pascual Serrano (2014), a obra *La prensa ha muerto: viva la prensa!*, há exemplos de iniciativas

constituídas com outros modelos de organização e financiamento criadas até os anos 1990 – ou mesmo antes disso.

Um dos casos mais conhecidos é o do jornal francês *Le Monde Diplomatique*<sup>56</sup>, onde os funcionários que de modo convencional integram o chamado “baixo escalão” na hierarquia da redação ou da empresa como um todo possuem representatividade nas escolhas administrativas (tais como eleição de chefias, etc.); o jornal conta com um regime colegiado que proporciona aos trabalhadores assalariados o controle de 24% das ações da empresa – a direção do jornal detém 51%. A gestão também tem participação do público do jornal por meio da sociedade de leitores Les Amis du Monde Diplomatique, que possui 25% do capital. A venda de espaços publicitários não supera os 5% da receita do jornal, sendo o restante do financiamento obtido via assinaturas, vendas avulsas, doações e, no caso da edição espanhola da publicação, venda de suplementos (SERRANO, 2014).

Outro exemplo interessante caracterizado por Serrano é o jornal suíço *Le Courrier*<sup>57</sup>, fundado em 1991, que se destaca por aproximar as remunerações entre cargos distintos na hierarquia. Na publicação, o convênio coletivo da categoria não é seguido em favor de equiparar os salários entre cargos inferiores e superiores, de modo que a diferença entre posições seja menor que o dobro – desta forma, os pagamentos mais baixos são mais altos que a média da categoria, e os mais altos muito menores. Constituído como uma sociedade sem fins lucrativos, a Nouvelle Association du Courrier (NAC), o jornal é financiado majoritariamente pela venda de assinaturas e operado por uma empresa editora que tem permissão para fazer sugestões e consultas sem poder de interferência sobre o conteúdo produzido.

Ainda no contexto europeu, outros dois exemplos trazidos pelo autor que se destacam por adotar modelos distintos de organização e financiamento são a agência internacional Inter Press Service (IPS)<sup>58</sup> e o diário alemão *Junge Welt*<sup>59</sup>. Sediada em Roma, a IPS é uma cooperativa sem fins lucrativos composta por jornalistas e especialistas em comunicação global para o desenvolvimento. De 30 a 40% dos recursos que mantém a agência provém de doações de diversos países. O restante do financiamento se divide entre projetos em parceria com organizações internacionais (entre elas a ONU e a União Europeia) e ações no

<sup>56</sup> Disponível em: . Acesso em 15 ago 2017.

<sup>57</sup> Disponível em: . Acesso em 15 ago 2017.

<sup>58</sup> Disponível em: . Acesso em: 15 ago. 2017.

<sup>59</sup> Disponível em: . Acesso em 15 ago. 2017.

mercado, que incluem doações privadas. O conjunto de doadores – governos, ONGs, agências das Nações Unidas – forma um Grupo de Apoio que se reúne anualmente em um evento para discutir temas da agenda internacional, com foco na comunicação (SERRANO, 2014).

Também constituído sob o regime de cooperativa, o *Junge Welt* é um jornal marxista publicado em Berlim e, além da Alemanha, com circulação na Áustria e na Suíça. A cooperativa é composta por leitores e trabalhadores da publicação – ao todo, são 1500 membros, com cota mínima para participação de 500 euros e teto de 500 participações (25 mil euros) por membro, sendo permitido apenas um voto por integrante, independentemente do número de cotas que se possui. A participação na sociedade dá direito a voto na eleição do gerente da cooperativa, que é eleito pelos membros, enquanto a direção do jornal é eleita diretamente pelos trabalhadores (SERRANO, 2014).

Embora as formas distintas de organização sejam mais típicas do modelo europeu, há experiências pontuais desse tipo no continente americano. Um exemplo que também consta no levantamento feito por Serrano (2014) é o tabloide mexicano *La Jornada*<sup>60</sup>. Constituído como uma empresa privada de interesse público, o jornal conta com conselho administrativo eleito em assembleia e restringe a venda de espaços publicitários a 14,91% do financiamento. A operação foi iniciada sem apoio de instituições públicas ou empresas privadas, com capital obtido por meio da venda de ações a leitores em potencial e de um leilão de obras de arte viabilizado com o apoio de mais de 100 artistas plásticos. Nas contratações de trabalho, há atuação do sindicato e reajuste salarial a cada quatro meses de acordo com a inflação.

Outro exemplo americano é o site Democracy Now<sup>61</sup>, fundado em 2005 nos Estados Unidos. Com restrição quanto ao uso de publicidade ou doações empresariais para o financiamento, o site se mantém completamente com doações – do público e de fundações – e opera com um regime misto entre trabalho assalariado e voluntariado – a equipe é formada por 50 contratados e 25 voluntários. Outra fonte de recursos é fornecimento de conteúdo via assinatura para emissoras de rádio e televisão que possuem recursos para pagar o serviço, com gratuidade para as rádios que não dispõem de recursos para pagar (SERRANO, 2014).

No Brasil, são pontuais as experiências que conseguiram se estabelecer de forma diferente do modelo convencional. O mais

<sup>60</sup> Disponível em: . Acesso em 15 ago 2017.

<sup>61</sup> Disponível em: . Acesso em 15 ago 2017.

próximo de uma consolidação com formatos alternativos de organização foi alcançado em experiências de cooperativas de jornalistas, como o caso do Coojournal, que operou em Porto Alegre no período da ditadura militar, e a cooperativa Desacato<sup>62</sup> que atua em Florianópolis desde 2007. Fora casos pontuais, de modo geral, os veículos que se consideram não-hegemônicas de maior alcance no jornalismo brasileiro não chegam a apresentar modelos de organização e financiamento distintos do modelo convencional, de modo que a diferenciação fique a cargo de uma postura crítica dos mesmos. Mais especificamente, nestes casos, a diferenciação se atribui a ideia de que, por não estarem associados aos interesses das elites do país, tais veículos representam uma alternativa à prática dominante. Tendo em vista a formação do campo jornalístico no país, que, como discutimos no capítulo anterior, ocorreu de forma subjugada às elites econômicas e políticas, esta é de fato uma diferenciação significativa. Mas, por outro lado, não oferece resposta a outras tensões do campo, sobretudo as internas (relações de trabalho, autonomia profissional, conflito entre interesse privado e público, etc.).

## 2.4 ALTERNATIVA A QUÊ?

Experiências que se distanciam em maior ou menor medida da concepção convencional de jornalismo que discutimos no capítulo anterior se desenvolveram em diferentes contextos e momentos históricos, gerando expressões e leituras distintas da sua atuação. Na medida em que diversas iniciativas desse tipo surgem, com concepções variadas e peculiaridades próprias, se torna difícil tratar todas sob um mesmo radical, como a noção de jornalismo alternativo – afinal, o que confere a uma experiência o status de *alternativa* em relação a outras? – que, atualmente, mostra-se um rótulo sob o qual se abrigam iniciativas de naturezas distintas. Desta forma, para delimitar do que tratamos quando falamos de “novas experiências de jornalismo” passamos a uma revisão das diferentes abordagens que se aproximam do nosso objeto neste trabalho.

Uma das principais referências para abordagens sobre iniciativas de mídia não convencionais é a obra de John Downing publicada em 1984, que propõe a noção de *mídia radical*. Em um texto

<sup>62</sup>

Disponível em: . Acesso em: 15 ago 2017.

mais recente, Downing (2001) delimita como mídia radical iniciativas de formatos variados, geralmente feitas em pequena escala e que expressam uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas. Nesta obra, Downing justifica a preferência pelo uso do termo “radical” com o contra-argumento de que “tudo, em certa medida, é uma alternativa a alguma coisa” (DOWNING, 2001, p. ix, tradução nossa)<sup>63</sup>.

Uma revisão bastante completa do trabalho de Downing, bem como de demais autores que se dedicaram ao tema no mesmo período, é fornecida por Chris Atton (2002), que, por sua vez, trabalha com a noção de *mídia alternativa* para se referir aos fanzines na Inglaterra. Atton destaca, entre outros aspectos, a centralidade da questão do autogerenciamento na noção de Downing, situando a perspectiva do autor da seguinte forma:

Para ele, a importância da organização coletiva e horizontal na comunicação não reside apenas em alguma noção de pureza ideológica ou teorização anti-gerenciamento; ele alerta contra a burocracia inapropriada e os modos sufocantes de fazer negócio. [...] É esta preocupação que diferencia a abordagem de Downing da de Comedia e Landry et al. Os últimos parecem considerar a imprensa alternativa simplesmente como uma versão empobrecida das publicações comerciais; para Downing auto-gerenciamento da mídia trata de participação e comunicação através da auto-consciência, através de reflexividade entre os membros de um coletivo, que devem permanecer sensíveis às condições culturais e políticas que afetam suas escolhas organizacionais (ATTON, 2002, p. 99, tradução nossa).<sup>64</sup>

<sup>63</sup> Não obtivemos acesso à primeira obra de Downing, por isso ao longo do trabalho nos referimos ao conceito a partir do segundo texto e da leitura de outros autores. No original: “everything is, at some point, alternative to something else”.

<sup>64</sup> No original: “For him the importance of collective organization and horizontal communication does not reside solely in some notion of ideological purity or anti-managerial theorizing; he is making case against inappropriate bureaucracy and stiflingly hierarchical methods of doing business. [...] It is these concerns that differentiate Downing’s approach from that of Comedia and Landry et al. The latter seem to consider the alternative press simply as an

Da mesma forma, Marisol Sandoval e Christian Fuchs (2010), que também trabalham com a denominação de mídia alternativa, enfatizam o aspecto do gerenciamento. Os autores fazem um contraponto à ideia da mídia alternativa como uma mídia participatória em favor da ideia de uma mídia crítica, no sentido de que o modelo de participação típico das experiências alternativas vem sendo adotado também por projetos que não necessariamente possuem uma postura crítica ou radical. Para Sandoval e Fuchs, a postura crítica característica da mídia alternativa deve resultar de uma relação dialética, tanto em relação aos atores, quanto às estruturas do sistema de mídia. Desta forma, delimitam nestes dois níveis – estrutural e dos atores – a peculiaridade da mídia alternativa:

(a) No nível estrutural, o ideal típico da mídia alternativa difere da mídia de massa capitalista no que diz respeito ao formato econômico dos produtos midiáticos: a mídia alternativa ideal proporciona produtos midiáticos não comerciais no lugar de *commodities*. Eles também se diferenciam no que diz respeito ao conteúdo e a forma.

(b) No nível dos atores, o ideal típico da mídia alternativa abole a distinção entre produtores e consumidores, todos os consumidores dos produtos da mídia alternativa podem também se engajar ativamente no processo de produção. O *prosumer* precisa ser crítico no sentido de que ele(a) interpreta o conteúdo de mídia existente e é apto a produzir novo conteúdo midiático crítico. (SANDOVAL; FUCHS, 2010, p. 145, tradução nossa)<sup>65</sup>

---

impoverished form of commercial publishing; for Downing self-managed media are about participation and communication through self-awareness, through reflexivity amongst the members of a collective, who must remain sensitive to the cultural and political conditions that affect their organizational choices”.

<sup>65</sup> No original: “(a) At the structural level, ideal-typical alternative media differ from capitalist mass media in regard to the economic form of media products: ideal-typical alternative media provide non-commercial media products instead of commodities. They also differ in regard to media content and form. (b) At the actor level, ideal-typical alternative media abolish the



Outra noção bastante corrente para abordar as iniciativas não convencionais é a de *mídia independente*, geralmente em referência à independência econômica, embora, no meio convencional, a mesma expressão seja utilizada para abordar a autonomia dos veículos frente a pressões do governo/poder político. Karppinen e Moe (2016) trazem uma colaboração importante nesse sentido ao revisar os diferentes contextos nos quais a noção de independência é usada para legitimação dos diferentes tipos de mídia, situando a independência na mídia como um conceito relacional. Partindo do entendimento de que a independência, em termos gerais, passa pela ausência de controle externo e pela capacidade de tomar decisões de acordo com uma lógica própria, no que tange às experiências que buscam se afastar da mídia tradicional, os autores observam que, para além da questão política ou financeira, entra em jogo a liberdade em relação à perspectiva da mesma acerca do jornalismo (KARPPINEN; MOE, 2016, p. 110, tradução e grifo nosso)<sup>66</sup>:

Além da independência da autoridade do estado e/ou interesses comerciais, independência também se refere a um modo particular de fazer as coisas que é alternativo à mídia *mainstream* e a sua lógica. Enquanto oposição dentro do complexo da indústria de mídia, independência, deste modo, vem no sentido de distância “do *mainstream*”, que é visto como refletindo o convencional ou os gostos da massa e restringindo a liberdade criativa. Se a mídia *mainstream* se apresenta como independente porque segue sua própria lógica de

---

distinction between producers and consumers, all consumers of alternative media products can also actively engage in the production process. The prosumer has to be critical in the sense (s)he critically interprets existing media content and is able to produce new critical media content”.

<sup>66</sup> No original: “In addition to independence from the state authority and/or commercial interests, independence also refers to a particular way of doing things that is an alternative to the mainstream media and its logic. As opposition within the media industry complex, independence thus comes to mean distance from “the mainstream”, which is seen as reflecting conventional or mass tastes and restricting creative freedom. If the mainstream media presents itself as independent because it follows its own logic of journalistic culture, for other independent media the same term means freedom from that very notion of mainstream journalistic culture.”

cultura jornalística, para outra mídia independente o mesmo termo significa liberdade em relação à própria noção da cultura jornalística *mainstream*.

A ideia de independência, nesse tipo de experiência, pode se referir também ao jornalismo nativo da internet que é financeiramente independente do “legado da indústria de mídia” utilizando-se de ferramentas como o financiamento coletivo (KARPPINEN; MOE, 2016, p. 110).

De forma geral, noções que se aproximam – e eventualmente se confundem – a estas três, como jornalismo cidadão, comunicação comunitária, folkcomunicação, entre outros, são utilizadas de forma indiscriminada. Cicilia Peruzzo (2009) traz uma colaboração importante neste sentido ao delimitar as aproximações e especificidades entre o jornalismo alternativo e a comunicação popular e comunitária. A autora caracteriza o que denomina jornalismo alternativo a partir de cinco subdivisões: popular alternativo, alternativo colaborativo, alternativo autônomo, político-partidário e sindical – que, no entanto, não adotamos como proposta de classificação tendo em vista a ressalva feita pela autora de que as categorias não devem ser usadas para tal fim, uma vez que “as práticas comunicativas de base popular e alternativa tendem a conjugar mais de uma dimensão” (PERUZZO, 2009, p.141).

Voltando à questão colocada inicialmente, o que, especificamente, distingue estas noções das experiências convencionais de jornalismo? De forma semelhante às perspectivas de Downing, Sandoval e Fuchs, Cicilia Peruzzo (2009, p.140) defende a centralidade da práxis na distinção das iniciativas alternativas, populares ou comunitárias:

Os elementos principais que caracterizam a comunicação como popular, comunitária e/ou alternativa estão no processo, nas práticas sociais, nas relações que se estabelecem, e não no tipo de veículo utilizado, nem em outra característica qualquer (linguagem, propriedade, formato) tomada isoladamente. O que importa é o conjunto da práxis e o significado que tem para a comunidade.

Da mesma forma, a importância dos processos produtivos em detrimento do foco no conteúdo é enfatizada por Duncombe: “não é o simples conteúdo de um texto que evidencia a sua natureza radical [...]

é a posição do trabalho no que diz respeito às relações de produção que dão o seu poder [...]” (DUNCOMBE, 1997 apud ATTON, 2002, p. 18, tradução nossa). Máximo Grinberg (1987 apud WOITOWICZ, 2011, online), por outro lado, defende a centralidade no conteúdo: “sem discurso alternativo não há meio alternativo”. De fato, nos parece evidente que uma iniciativa com estrutura distinta da convencional tenha um discurso alternativo, no sentido de diferente, o contrário, no entanto, nem sempre é verdadeiro: um discurso alternativo nem sempre é fruto de uma estrutura radicalmente diferente da convencional, fato é que, não raro, a linguagem alternativa é utilizada como mera roupagem ao jornalismo feito por veículos comerciais convencionais. Soma-se a essa percepção o fato de que, as iniciativas contemporâneas surgem em um contexto marcado pela crise no modelo de negócios do jornalismo, de modo que, não nos parece tão pertinente, no contexto deste trabalho, tomar o conteúdo produzido pelas iniciativas como critério central para uma análise.

Outro aspecto importante para a delimitação do nosso objeto no trabalho é a natureza das práticas as quais nos referimos dentro deste amplo âmbito das mídias alternativa, independente e radical. Para tratar desta questão, voltamos a Chris Atton (2002), no questionamento que o autor faz sobre quão apropriado seria considerar a mídia alternativa e radical como um campo autônomo tendo como referência o conceito de campo em Bourdieu. Atton avalia que para pensar desta forma é necessário antes estabelecer se a experiências alternativas – especificamente os zines, que são seu objeto de estudo – podem ser ou não consideradas jornalismo. Para Atton (2002, p.30, tradução nossa), a variedade de atividades e produtos disponíveis ao modelo presente de mídia “encoraja um campo híbrido que compreende práticas culturais (artísticas, literárias) e práticas jornalísticas e que admite o extremo da transformação nos produtos, processos e relações entre os dois”<sup>67</sup>.

Diante deste campo híbrido, nossa abordagem busca olhar especificamente para as iniciativas que tem origem no campo jornalístico (mesmo que, eventualmente, esta prática seja aberta a não jornalistas). A escolha por este recorte deriva de uma busca por identificar em meio a esta temática mais ampla as questões que implicam diretamente a prática jornalística e os conflitos que permeiam

<sup>67</sup> No original: “The range of media products and activities available to the present model encourages a hybridized field that comprises cultural (artistic, literary) practices and journalistic practices and that admits of extremes of transformation in products, processes and relations between the two”.

sua configuração no campo. Com esta perspectiva, não negamos, no entanto, a importância da atuação da comunicação comunitária, por exemplo, na disputa pela hegemonia do campo frente ao monopólio midiático comercial como afirma Rozinaldo Miani (2011). Embora este processo também atravessasse a nossa questão de pesquisa, entendemos que a disputa, no âmbito da comunicação comunitária ou do midiativismo, envolve questões sociais, que são mais amplas e não tanto internas ao campo jornalístico especificamente, como pretendemos observar.

Desta forma, trabalhamos com a denominação *novas experiências de jornalismo* por entender que não há uma noção específica, entre as discutidas, que dê conta do conjunto de iniciativas não convencionais no campo jornalístico brasileiro atualmente em toda a sua variedade. Embora a noção de jornalismo independente seja usada pela Agência Pública no levantamento que utilizamos como base para a leitura e delimitação do nosso objeto empírico e se enquadre no conceito de independência relativa ao jornalismo *mainstream* de Karppinen e Moe (2016), no contexto deste trabalho, ela não nos parece adequada justamente por fazer eco com os demais sentidos implicados na ideia de independência.

A ideia de independência econômica e de independência política – que são, por sinal, os significados mais associados ao termo no senso comum – entra em conflito com a concepção de iniciativas contempladas no levantamento, como, respectivamente, empresas e coletivos próximos a movimentos sociais ou grupos políticos. Temos a impressão, desta forma, que o uso do termo no contexto da pesquisa poderia gerar certa confusão conceitual. E mesmo uma interpretação de acordo com a noção de independência em relação à grande mídia brasileira, como propõe o estudo, teria de levar em conta, nos termos de Karppinen e Moe (2016), em que medida tais iniciativas agem com uma lógica própria (portanto, neste caso, uma lógica distinta da lógica da grande mídia), algo que não nos parece dado sem a realização de estudos mais aprofundados para avaliação de cada caso incluído no levantamento.

A noção de *alternativo*, por outro lado, é algo comum a toda prática que busque se diferenciar de um modelo. Generalizante, de fato, como critica Downing. Mas que, também por isso, entendemos merecer espaço no contexto da pesquisa: por se tratar de uma noção geral que antecede nosso objeto, ou seja, algo a que precisamos recorrer para situar onde se insere nossa perspectiva. Desta forma, ao mesmo tempo em que reconhecemos que não é suficiente designar nosso objeto por

“jornalismo alternativo”, feita a devida problematização, o termo alternativo/alternativa é usado ao longo da discussão – e, inclusive, no título da dissertação – ocupando esse lugar de uma noção mais ampla a qual se faz necessário recorrer para situar, como um todo, as práticas que se dão fora do modelo convencional (e não apenas as iniciativas que analisamos nesta pesquisa). Quando falamos em alternativo/alternativa ao longo do trabalho, portanto, buscamos dialogar com o léxico que, embora polissêmico, é o que parece mais estabelecido como uma referência partilhada, tanto pelas pesquisas no tema, quanto pelo senso comum.

A fim de colaborar com leituras que busquem compreender quais aspectos se sobressaem neste conjunto e situar o contexto no qual os estudos de caso deste trabalho se inserem, discutimos, a seguir, as características das novas experiências de jornalismo no Brasil na dimensão das suas formas de organização e financiamento.

### 3 ORGANIZAÇÃO E FINANCIAMENTO NAS NOVAS EXPERIÊNCIAS DE JORNALISMO NO BRASIL

Tomamos como ponto de partida para delimitação do universo da análise o Mapa do Jornalismo Independente, um amplo levantamento realizado pela *Agência Pública* e publicado em março de 2016<sup>68</sup>. Em uma iniciativa inédita que visa contribuir para a visibilidade da cena independente na mídia brasileira, o estudo identificou cerca de 70 iniciativas nativas da internet consideradas independentes de grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas<sup>69</sup>. São projetos criados entre 1995 e 2015, cujas propostas frequentemente se caracterizam pelo apoio a um conjunto de bandeiras, valores e compromissos éticos específicos do nosso tempo. Compilando as informações fornecidas, identificamos que, ao longo deste período, o surgimento de novas iniciativas oscila entre momentos de ascensão e queda, registrando pico de crescimento entre 2013 e 2015, período que abrange 41 projetos (sendo 34 deles criados em 2014 e 2015) e que estabelecemos como recorte para esta contextualização. A chegada no número de 41 projetos deriva de um cruzamento das informações com levantamento prévio feito pela pesquisadora, que indicou três iniciativas não contempladas no levantamento realizado originalmente pela Agência Pública que datam do mesmo período e foram incluídas na abordagem do questionário: o coletivo de fotojornalismo RUA e os sites O Barato de Floripa e Fiquem Sabendo.

O procedimento empregado para coleta dos dados foi a aplicação de um questionário online com a finalidade de identificar em cada projeto características da estrutura, natureza jurídica, tipo de financiamento, equipe, remuneração dos envolvidos, rotinas de produção, divisão e hierarquização de tarefas e participação do público –

<sup>68</sup> Disponível em: . Acesso em: 4 abr 2016

<sup>69</sup> De acordo com a metodologia do estudo, a seleção levou em conta quatro aspectos centrais: (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. O alinhamento aos critérios estabelecidos foi confirmado a partir de um questionário com as seguintes perguntas: “A sua organização, entidade ou coletivo produz primordialmente conteúdo jornalístico? Possui caráter comercial? Qual é a missão da sua organização? Há quanto tempo a organização existe? Como a sua organização se mantém? Qual é a figura jurídica? Qual(is) a(s) cidade(s) de nascimento da iniciativa e de cobertura atual? Qual é a principal plataforma?”.

a relação completa das perguntas apresentadas pode ser consultada no Apêndice A da dissertação. O instrumento foi enviado, via e-mail, obtendo uma taxa de participação significativa: recebemos 30 respostas do conjunto de 41 iniciativas. Apresentamos, a seguir, a descrição individual de cada projeto, mesclando as informações disponibilizadas pelo Mapa do Jornalismo Independente – quanto à proposta e áreas de atuação – com as informações coletadas no questionário, onde buscamos aprofundar a caracterização das modalidades de financiamento e organização dos mesmos. Na sequência, trazemos a análise geral dos resultados do levantamento.

### 3.1 APRESENTAÇÃO DOS PROJETOS QUE COMPÕEM A AMOSTRA

Listamos a seguir uma breve apresentação de cada um dos projetos que compõem a amostra destacando os aspectos mais relevantes de cada uma das propostas. A descrição completa de cada projeto pode ser encontrada no quadro localizado no Apêndice B da dissertação, que apresenta as respostas fornecidas em cada questão aferida pelo questionário.

#### **A Escotilha**

Coletivo com foco em jornalismo cultural fundado em Curitiba e com coberturas de São Paulo, Campinas, Porto Alegre e Rio de Janeiro. O projeto se financia parcialmente por meio de publicidade sem remuneração da equipe que é composta por 17 integrantes. A proposta editorial é focada em jornalismo cultural e a produção de conteúdo é aberta a não-jornalistas, com reuniões de pauta eventualmente abertas à comunidade.

#### **Agência Amazônia Real de Jornalismo Independente, Investigado e em Defesa da Liberdade de Expressão**

A Amazônia Real é uma associação com foco na produção de conteúdos sobre a região amazônica que atua desde 2013 com sede física em Manaus e cobertura em Rondônia, Roraima, Pará, Acre, Amapá e Maranhão. A iniciativa opera com financiamento pleno via doações e prestação de serviços, com remuneração parcial (na modalidade de

freelancer) da equipe que é formada por 25 colaboradores – sendo quatro fixos e 21 esporádicos.

### **Agência Democratize**

A Agência Democratize é uma cooperativa criada em 2015 com a proposta de atuar como uma rede de comunicação engajada na democratização da comunicação com representantes em São Paulo, Rio Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre. As atividades são financiadas parcialmente via assinaturas e financiamento coletivo, sem remuneração da equipe que é formada por cerca de 30 integrantes, entre participações fixas e esporádicas. A produção de conteúdo tem periodicidade diária e é aberta à participação de não jornalistas.

### **Alma Preta**

Criado em 2015 com foco na cobertura da questão racial brasileira, o Alma Preta atua em São Paulo sob a figura de empresa com financiamento parcial das atividades e remuneração de parte da equipe na modalidade de sociedade. A captação de recursos ocorre por meio da venda de assinaturas, venda de camisetas e prestação de serviços. A equipe do projeto é formada por quatro integrantes, entre eles não jornalistas.

### **BRIO Hunter**

Empresa especializada na inserção de jornalistas no mercado de trabalho decorrente do BRIO, experiência de jornalismo *longform* fundada pelos jornalistas Breno Costa e Tiago Lobo. O BRIO Hunter atua sem sede física e se mantém parcialmente por meio de assinaturas. A equipe é formada por quatro pessoas, todos remunerados na condição de prestação de serviço.

### **Candeia**

Fundado em 2014, o Candeia é um coletivo que atua na produção de reportagens audiovisuais e tem um braço de comunicação comunitária com o projeto “Expressão Comunitária”, que realiza oficinas na periferia de São Paulo. O projeto atua sem sede e sem financiamento, e com uma equipe de cinco integrantes, que se alterna entre participações



fixas e esporádicas. A produção de conteúdo conta com a participação de não jornalistas e segue um ritmo semanal de publicação.

### **Coletivo Papo Reto**

O Papo Reto é um coletivo sediado no Rio de Janeiro voltado para a cobertura do Complexo do Alemão. O projeto atua com sede física e sem financiamento das atividades que são realizadas por uma equipe de oito integrantes. A produção de conteúdo é aberta a não jornalistas e é publicada diariamente na página do coletivo no Facebook ().

### **Desneuralizador**

O Desneuralizador é um coletivo de midiativismo de Goiânia. O projeto foi viabilizado por meio de um financiamento coletivo e atua com uma equipe de três jornalistas que se dedicam ao projeto sem remuneração. A produção de conteúdos é semanal com publicação na página do projeto no Facebook ().

### **Estúdio Fluxo**

Criado em 2014 pelo jornalista Bruno Torturra (que, antes desta iniciativa, participou da criação do coletivo Mídia Ninja), o Estúdio Fluxo é sediado em São Paulo junto ao apartamento do jornalista. O projeto possui natureza de empresa e se financia parcialmente com prestação de serviços. A equipe é remunerada e formada por três integrantes, entre fixos e esporádicos. A produção de conteúdo é restrita à participação de jornalistas e publicada com periodicidade mensal, com encontros diários para planejamento da produção.

### **Farol Jornalismo**

O Farol Jornalismo é uma *newsletter* semanal dedicada a análises internacionais e nacionais a respeito do jornalismo. Produzida pelos jornalistas Moreno Osório e Marcela Donini, a experiência é realizada como um “projeto pessoal”, como define Moreno, sem remuneração e com financiamento parcial via doações.

### **Fiquem Sabendo**

Fundado em 2015, o Fiquem Sabendo é empresa, mas ainda não se mantém financeiramente. A equipe é formada por uma sociedade de três jornalistas que se dedicam ao projeto de forma fixa. O vínculo

estabelecido entre os integrantes é de sociedade, com remuneração parcial dos integrantes.

### **Jornalistas Livres**

Rede de coletivos voltada para defesa dos direitos humanos criada em São Paulo em 2015 com realização de financiamento coletivo. Conta com sede própria para desenvolvimento das atividades e equipe composta por uma rede de 153 integrantes, entre fixos e esporádicos, que se dedicam ao projeto sem nenhum tipo de remuneração. A produção de conteúdos, que tem frequência diária com reuniões semanais alternadas entre encontros restritos aos membros do coletivo e abertos à comunidade.

### **Jota Info**

Criado em 2014, o Jota Info é uma empresa especializada na produção de conteúdos sobre o universo jurídico. O site conta com sede física e se mantém plenamente por meio de publicidade, prestação de serviços e assinaturas. A equipe é formada por 30 pessoas, entre integrantes fixos e esporádicos, todos remunerados – os vínculos variam entre sociedade, carteira assinada ou prestação de serviço.

### **Justificando**

Portal de cobertura diária especializada em justiça e direitos humanos, criado em 2014 em São Paulo e abrigado no site da revista *Carta Capital*. Adota o modelo de empresa e conta com sede física para desenvolvimento das atividades e financiamento pleno por meio de apoio cultural de escritórios de advocacia. A equipe conta com atuação de não-jornalistas e é composta por colonistas esporádicos e cinco integrantes fixos, com remuneração parcial – as modalidades variam entre sociedade, carteira assinada e contrato de estágio, de acordo com o cargo ocupado.

### **Livre.jor**

Coletivo de jornalistas voltado para leitura de dados públicos criado em 2014, com atuação em Curitiba e cobertura regional e nacional. Opera sem sede e sem financiamento, com equipe de quatro integrantes.

## **MARUIM**

Fundado em 2015, o Maruim é um coletivo registrado sob a modalidade de associação sem fins lucrativos que atua em Florianópolis. O projeto não possui financiamento e é realizado por uma equipe de 34 integrantes voluntários – dos quais cinco integram o núcleo do projeto e 29 respondem pela coordenação. A produção de conteúdos é diária, com reuniões de pauta abertas à comunidade esporadicamente.

### **Mídia Ninja**

Coletivo de midiativismo fundado em 2013 com atuação em todo o país, a Mídia Ninja atua com financiamento coletivo, sede física para as atividades e uma rede de dois mil integrantes (entre participações fixas e esporádicas), que se dedicam voluntariamente ao projeto. A produção de conteúdo é diária, utilizando principalmente a página do Facebook para publicação ().

### **Nós, mulheres da periferia**

Coletivo fundado em 2014, com atuação em São Paulo e produção de conteúdos diária. O projeto não possui sede nem financiamento e conta com uma equipe formada por seis jornalistas e uma designer. As integrantes se dedicam ao projeto com remuneração pontual em casos de participação em eventos que envolvam pagamento ou ajuda de custo.

### **O Barato de Floripa**

Site de cobertura diária de agenda cultural criado em Florianópolis em 2015, adota o modelo de empresa com financiamento parcial das atividades via publicidade. Atua sem sede física e sem remuneração da equipe, formada por cinco integrantes fixos.

### **Overloadr**

Empresa focada na produção de conteúdos jornalísticos sobre videogames. A Overloadr opera em São Paulo, sem sede física, com cobertura plena das atividades via financiamento coletivo. A produção de conteúdo é aberta a não jornalistas e conta com uma rede extensa de colaboradores, aproximadamente 420, todos remunerados na modalidade de freelancer ou prestação de serviço.

## **Ponte Jornalismo**

Coletivo criado em 2014 com foco na cobertura sobre segurança pública e direitos humanos no Brasil. Opera em São Paulo, sem sede física e sem financiamento<sup>70</sup>, com equipe de dez jornalistas entre participações fixas e esporádicas, e remuneração de alguns via prestação de serviço.

## **Projeto Draft**

Site criado em 2014 com foco em cobertura de economia e inovação no Brasil, adota o modelo de empresa e atua em São Paulo, sem sede física. O Projeto Draft possui financiamento pleno das atividades a partir de prestação de serviços, com remuneração de todos os integrantes. A equipe é composta por cinco integrantes fixos e dez.

## **Puntero Izquierdo**

O Puntero Izquierdo é um coletivo focado em reportagens sobre futebol criado em 2014. O projeto atua sem sede física e com cobertura parcial via financiamento coletivo, remunerando alguns dos colaboradores na modalidade de prestação de serviço. A produção de conteúdo é feita exclusivamente por jornalistas, com periodicidade mensal e publicação por meio do Medium ([.](#) ).

## **Repórter de Rua**

Coletivo focado em reportagem de rua e produção aberta a não jornalistas. Criado em 2013, em Mossoró, o projeto opera sem sede física, com cobertura parcial das despesas via financiamento coletivo e uma equipe de dez colaboradores, entre participações fixas e esporádicas.

## **Revista AzMina**

A revista AzMina é uma associação sem fins lucrativos criada em 2015. As atividades do projeto contam com financiamento parcial via prestação de serviços e algumas colaborações são remuneradas na modalidade freelancer ou prestação de serviço. A produção de conteúdo conta com a participação de não jornalistas. O grupo atua de forma

<sup>70</sup> Posteriormente à coleta de dados da pesquisa, a Ponte realizou uma campanha de financiamento coletivo.

segmentada em diferentes países, sem sede física, com equipe de 21 colaboradoras, entre participações fixas e esporádicas.

### **Revista Berro**

A Revista Berro é uma publicação organizada no formato de coletivo, com atuação em Fortaleza e cobertura de temas nacionais. O projeto não possui sede física e se mantém parcialmente por meio de publicidade. A equipe é formada por três colaboradores, com remuneração de alguns via prestação de serviço. A produção de conteúdo é semanal e conta com a participação de não jornalistas.

### **Revista Calle 2**

Revista digital criada em 2015 e organizada como empresa, atua em São Paulo, sem uma sede física, e trabalha com cobertura da América Latina. A Calle 2 não possui ainda uma fonte de financiamento, mas há remunerações pontuais por prestação de serviço a alguns integrantes. A equipe conta com colaboradores fixos e esporádicos e conta ao todo com 10 integrantes.

### **Revista Capitolina**

Coletivo criado em 2014, com conteúdos voltados para garotas adolescentes. Opera de forma remota em todo o país, com financiamento parcial das atividades via financiamento coletivo, sem remuneração da equipe. O projeto conta, ao todo, com 38 colaboradoras e é aberto à participação de não jornalistas na produção de conteúdo.

### **Trombone**

Coletivo criado em 2015 com a proposta de “explicar notícias para a geração conectada”, com atuação por meio de redes sociais e uso do Medium como plataforma principal para publicação. Atua no Rio de Janeiro, sem sede física e sem financiamento, com uma equipe de quatro integrantes (entre fixos e esporádicos) que se dedicam sem remuneração.

## **Volt Data Lab**

Empresa criada em 2014, voltada para produção de reportagens e investigações a partir de dados. Opera em São Paulo e Curitiba, sem sede física, com financiamento parcial das atividades via prestação de serviços. A equipe conta com três integrantes, todos jornalistas, remunerados na modalidade de freelancer ou prestação de serviço.

### 3.2 ANÁLISE

Os modelos de organização que se sobressaem na amostra são os de coletivo e empresa, com, respectivamente, 13 e 11 ocorrências. Figuram ainda duas associações sem fins lucrativos, uma cooperativa – e três projetos que se enquadram em outras categorias. A maioria (23 iniciativas) não dispõe de sede para funcionamento da redação e administração, enquanto sete projetos informam dispor de estrutura física para realização das atividades. Essa característica indica uma tendência para informalidade na atuação dos projetos, que se reforça nos resultados das questões sobre financiamento e vínculo de trabalho.

Em 13 iniciativas há cobertura parcial das despesas, nove atuam sem qualquer tipo de financiamento e oito afirmam contar com financiamento pleno. Em relação à remuneração das equipes apresenta-se uma distribuição semelhante: em 14 projetos, a equipe atua sem nenhum tipo de remuneração, em 10 há remuneração pontual de alguns membros e em apenas seis todos os integrantes são remunerados. Exceto pelos casos nos quais se trabalha com modelos de organização que não preveem remuneração – por exemplo, coletivos em rede, tais como Mídia NINJA e Jornalistas Livres, que tem como pressuposto a dedicação voluntária dos membros e se consideram plenamente financiados – pode-se dizer que são, em sua maioria, iniciativas ainda informais e pouco estruturadas ou monetizadas. O fato de muitos projetos atuarem sem sede, sem financiamento ou sem remuneração (ao todo, 26 iniciativas operam com ausência de pelo menos um dentre os três aspectos – 12 iniciativas atuam com ausência de apenas um, 10 com ausência de dois e 4 iniciativas com ausência dos três), reforça a hipótese de que o surgimento dos mesmos se relaciona a um engajamento, que pode se dirigir, de forma específica, a uma determinada causa social e, de forma geral, ao jornalismo em si.

Dentre os que operam com remuneração parcial ou total, a maioria (11 projetos) contrata na modalidade de freelancer ou prestação de serviço, enquanto dois operam no regime de sociedade e três se

enquadram em outras categorias. Com exceção do site Justificando, que se enquadra nas outras categorias com um modelo misto que abrange vínculos via sociedade e carteira assinada, nenhuma das iniciativas formaliza a contratação com carteira assinada. Outras modalidades de formalização, como contrato de prestação de serviços, sociedade ou registro de natureza jurídica, não foram aferidas pelo instrumento de pesquisa.

Entre as 21 iniciativas que atuam com algum tipo de financiamento, seja ele integral ou parcial, as modalidades verificadas são: financiamento coletivo (sete iniciativas), prestação de serviços (quatro iniciativas), publicidade (três iniciativas) e assinaturas (uma iniciativa). Ainda nesta categoria, uma iniciativa se mantém via apoio cultural e cinco combinam mais de um tipo de modalidade entre assinaturas, venda de camisetas, prestação de serviços, doações, financiamento coletivo e publicidade. Embora possa ser considerada uma boa margem que 21 em 30 contem com algum tipo de financiamento, um olhar para as modalidades empregadas aponta para uma perspectiva de pouca longevidade dos projetos, tendo em vista que as mesmas tendem a ser insuficientes para viabilizar uma operação em longo prazo, seja pelo seu caráter temporário, como é o caso do financiamento coletivo, ou pela insuficiência de recursos que geram. Neste sentido, é interessante notar que a insuficiência ocorre também entre aqueles que utilizam a publicidade como fonte principal de recursos – as três iniciativas que se enquadram nesta modalidade estão entre as que se financiam apenas parcialmente e não completamente. De forma semelhante, a ineficácia da publicidade como fonte principal de recursos é reforçada pelos resultados da pesquisa de Sérgio Lüdtké (2016) sobre empreendimentos digitais no jornalismo brasileiro: em um universo de 64 iniciativas, apenas 26 das 42 que pretendiam se financiar com publicidade conseguiram se beneficiar do recurso de fato<sup>71</sup>.

Entre as iniciativas que se sustentam plenamente, destaca-se a prestação de serviços de forma exclusiva ou em modelos mistos onde a mesma é adotada em conjunto com doações ou assinaturas e publicidade. Estes dois formatos – prestação de serviços e

<sup>71</sup> Outros fatores devem ser levados em conta na leitura do resultado mencionado, como, por exemplo, a condução do empreendimento, a presença de planejamento (a respeito deste fator, ainda de acordo com a pesquisa de Lüdtké, apenas 33% dos empreendimentos realizaram plano de negócios), etc. Entretanto, fica sinalizado de modo geral uma disparidade entre a expectativa em torno da publicidade e o retorno efetivo deste recurso.

financiamento misto – coincidem com as estratégias de financiamento adotadas nos estudos de caso da pesquisa, como abordaremos no próximo capítulo.

Quanto à jornada de trabalho, de modo geral, a dedicação dos membros varia entre até 10 horas semanais (17 iniciativas), de 11 a 15 horas semanais (seis iniciativas) e de 21 a 25 horas semanais (duas iniciativas). Em quatro iniciativas a carga horária semanal ultrapassa as 25 horas e em apenas uma fica entre 16 e 20 horas semanais. A predominância de cargas horárias menores pode indicar que a maioria das iniciativas não se configura ainda como uma ocupação principal para os seus integrantes, possivelmente pela falta de financiamento pleno e de remuneração integral das equipes de modo geral. As cargas maiores, que excedem as 20 ou 25 horas semanais, costumam coincidir com as iniciativas com financiamento e remuneração completa ou parcial dos integrantes. Embora, em ao menos um projeto, essa dedicação aconteça sem remuneração, reforçando, neste caso, a experiência como uma causa no qual os agentes dedicam um engajamento voluntário de parte significativa do seu tempo, situação que também foi verificada em um dos estudos de caso da pesquisa.

A produção de conteúdo é aberta a não-jornalistas em 17 dos 30 projetos, enquanto em 13 deles todos os envolvidos na produção são jornalistas. Ainda que não fique especificado a frequência e a natureza desta colaboração (se são participações do público, integrantes fixos dos projetos, colaboradores convidados, etc.) o dado indica um movimento de abertura do campo a agentes de outras áreas do conhecimento, aspecto que se mostrou uma tendência nos dois estudos de caso da pesquisa, ambos com formações que integram profissionais (ou estudantes) de diferentes áreas do conhecimento e, também, com uma agenda de atuação que transcende a abrangência do jornalismo em si e se caracteriza, sobretudo, por parcerias com os campos artístico e intelectual na produção de conteúdos e na realização de eventos abertos ao público.

Da mesma forma, em 17 iniciativas o ritmo de produção é diário. Sete possuem frequência semanal, dois mensal e quatro integram outras opções. Em 21 projetos acontecem reuniões periodicamente (diária, semanal ou mensalmente) para planejamento da produção, enquanto em seis projetos essa prática não é adotada. Um cruzamento com os aspectos relativos à estrutura e funcionamento indica, no que diz respeito à remuneração, que em apenas oito das 17 com produção de conteúdo diária há remuneração parcial ou integral da equipe. Da mesma forma, neste conjunto de 17 iniciativas com produção diária, as



institucionalidades se alternam entre coletivo e empresa de forma equilibrada, de modo que não se possa traçar uma correlação entre o tipo de organização e o ritmo de produção – embora, no que diz respeito especificamente à estrutura, note-se que a produção é diária em quatro das seis iniciativas que contam com sede.

Quanto à organização interna da produção, a maioria das iniciativas (26 dos respondentes) conta com alguma forma de divisão de tarefas na produção de conteúdo. Destas, em 15 projetos há uma hierarquia ou cadeia de comando estabelecida e em 11 não. Entre as 15 que operam com hierarquia, de modo geral, as tarefas que costumam ser restritas à cadeia de comando são a publicação de conteúdos e a edição de versões finais, de forma semelhante ao que costuma ser a prática dominante no jornalismo convencional.

Embora não seja propriamente nosso objeto na pesquisa, merece atenção o fato de que, na maioria dos casos, o conteúdo jornalístico produzido se refere à cobertura de uma temática ou abordagem específicas. Trata-se, de modo geral, de propostas voltadas a um nicho – a proposta mais próxima de uma cobertura geral acontece nos grandes coletivos em rede como Mídia Ninja e Jornalistas Livres, que são aqueles que se aproximam mais do ritmo da agenda convencional, embora ainda em menor abrangência e, pode-se dizer, com uma abordagem específica de alinhamento às pautas dos movimentos sociais. O que por um lado reforça a, anteriormente abordada, questão do engajamento, mas também pode ser visto sob uma ótica estrutural, uma vez que a falta de um modelo de financiamento pleno consolidado, ou uma estrutura equivalente, tende a impossibilitar uma abrangência maior de cobertura mesmo nos casos em que houvesse tal intenção.

De modo geral, os resultados constatarem certa fragilidade das iniciativas consultadas que, em sua maioria, ainda não apresentam modelos consolidados de organização e financiamento. De outra parte, fica evidenciada, a nosso ver, a intensidade do conflito que se trava no campo jornalístico brasileiro neste momento: o fato de não se ter as condições ideais para operação é superado pelo que parece ser uma urgência pela criação de espaços alternativos às possibilidades oferecidas pelo jornalismo convencional. A incidência de empresas, assim como do uso da publicidade como recurso para o financiamento (nas propostas em geral e não apenas em empresas), sinaliza que não há necessariamente uma recusa total das novas iniciativas ao financiamento em si como costuma ser o caso nas referências de mídia independente e radical. Nesse sentido, há elementos para se pensar que para além das

condições específicas das iniciativas quanto à organização e ao financiamento há uma dificuldade das estruturas do campo em responder às novas demandas, no sentido de fornecer possibilidades para a sua consolidação nesse sentido. Possivelmente, isso ocorre pelo fato de as mesmas estarem convencionadas à prática dominante, um indício que se evidencia de forma pontual nos estudos de caso da pesquisa, que apresentaremos no capítulo a seguir.

#### **4 DOIS PERCURSOS DESVIANTES NO CAMPO: REVISTA VAIDAPÉ E CIDADES PARA PESSOAS**

Na segunda etapa da pesquisa, analisamos como a questão se manifesta nos coletivos Revista Vaidapé e Cidades para Pessoas, caracterizados por meio de uma observação participante que acompanhou, de modo alternado, as atividades desenvolvidas no âmbito dos projetos entre os dias 11 de novembro e 2 de dezembro de 2016 em São Paulo<sup>72</sup>. A quantidade de atividades acompanhadas, assim como a realização de entrevistas, reflete as dinâmicas particulares de cada coletivo e a disponibilidade para atender a pesquisa. Desta forma, foram entrevistadas duas das quatro integrantes que formavam o Cidades para Pessoas e 14 integrantes da Vaidapé, que tem ao todo na sua composição 15 integrantes fixos e cerca de 30 colaboradores esporádicos frequentes.

A análise do material coletado nas entrevistas, que soma ao todo 204 páginas de transcrição (o material completo é disponibilizado no Apêndice C), levou em conta os aspectos que se pretendia observar na pesquisa, contemplados nas seguintes categorias e subcategorias: estrutura e funcionamento – aberta ou fechada, formal ou informal; financiamento – prestação de serviços, publicidade, editais, financiamento coletivo, outros (realização de eventos, venda de produtos) ou misto; produção – presença de rotina, divisão de tarefas e atribuição de papéis, parcerias; tomada de decisão – centralizado ou descentralizado, hierárquico ou não-hierárquico; autocrítica; crítica a outras iniciativas de jornalismo independente e/ou alternativas; crítica ao jornalismo convencional.

Além destas, foi utilizada a categoria “outros destaques” para a identificação de questões que, embora relevantes para compreensão da atuação dos coletivos, fugiam ao recorte proposto na pesquisa. Entre elas, destacamos: a discussão de diferentes concepções de jornalismo, a queda de credibilidade dos veículos tradicionais, a busca por interdisciplinaridade no cotidiano dos projetos, a necessidade de atuação em outros campos decorrente de uma insatisfação com a formação profissional original, e, por fim, a crítica às instituições de ensino superior e à reprodução nas mesmas de uma tendência mercadológica,

<sup>72</sup> As despesas da viagem foram custeadas com recursos próprios e auxílio de custo concedido pela Pró-Reitoria de Pós-Graduação (PROPG) da UFSC no valor de R\$ 640,29.

tanto no jornalismo, quanto em outras áreas da comunicação, como a publicidade e o audiovisual.

Em ambos os casos ficou evidenciado ao longo da pesquisa que, mesmo tendo uma atuação consolidada há algum tempo, as iniciativas vivem um processo constante de experimentação de alternativas de organização e financiamento. Da mesma forma, no momento da pesquisa esta atuação é muito mais ampla e complexa do que se pretendia inicialmente: são iniciativas que não começam com um modelo de base, surgem de uma espécie de rompante – como um estopim – e tomam forma para além desse movimento inicial por meio de processos bastante orgânicos. Assim, temos nessa etapa da pesquisa a impressão de que se torna mais apropriado falar em um *percurso* traçado pelos coletivos no lugar de modelos de organização e financiamento propriamente. Os resultados são apresentados a seguir com destaque para a discussão das tensões que permeiam os percursos desenvolvidos em cada coletivo quanto aos formatos de organização e financiamento, assim como dos respectivos movimentos de aproximação e/ou distanciamento do modelo convencional.

#### 4.1 RE VISTA VAIDAPÉ

Na Revista Vaidapé, foram observadas ao todo quatro atividades que integraram a agenda do coletivo no período: uma reunião interna periódica, uma reunião geral chamada pontualmente para discutir o modelo de organização do coletivo de forma ampliada entre os integrantes, uma edição do programa de rádio Vaidapé na Rua e uma roda de conversa sobre mídia independente em uma ETEC do distrito do Butantã. Além disso, a pesquisa empírica contou com uma entrevista exploratória inicial realizada com o jornalista Victor Santos – ex-integrante do núcleo do coletivo e, naquele momento, colaborador esporádico como participante da equipe do Vaidapé na Rua – e com entrevistas em profundidade, eventualmente realizadas no ambiente da redação, abordando a história do coletivo e a participação de cada membro individualmente.

Todas as informações relativas a Vaidapé, assim como os papéis nela exercidos, são bastante dispersas entre os integrantes, reflexo de uma estrutura aberta pela qual se estima que já passaram ao todo cerca de 200 pessoas. Da mesma forma, no momento da pesquisa, a dinâmica do coletivo não se enquadrava em uma rotina centralizada.

Como será discutido mais a frente, embora isso tenha acontecido em momentos anteriores, no período em que foi realizada a observação, devido a uma série de fatores, o coletivo vive um momento de produtividade baixa e sem um convívio de rotina tão intenso – não houve oportunidade, por exemplo, para o acompanhamento da produção de uma pauta ao longo das três semanas de observação. Assim, foi sobretudo por meio das entrevistas que a pesquisa conseguiu descortinar o cenário que se estudava, tendo na observação mais um complemento, que se mostrou importante para identificação de temas a abordar e validação daquilo que ia sendo trazido pelos integrantes nas conversas, do que uma ferramenta principal<sup>73</sup>.

Nesse sentido, foi determinante no desenvolvimento do trabalho o acompanhamento da reunião de discussão do modelo de organização do coletivo, realizada com a presença de 18 integrantes na segunda semana de observação da pesquisa. Neste encontro, foram evidenciadas questões que até o momento do campo eram desconhecidas, como a perspectiva de que não haveria o pagamento do valor referente ao Prêmio de Mídias Livres do MinC e o fato de o grupo atravessar uma crise que é dita, na ocasião e em outras situações acompanhadas, como um “momento de desorganização” do coletivo. Os diferentes posicionamentos e percepções dos temas que surgiam na discussão – estrutura orgânica, horizontalidade, delegação de tarefas, planejamento, etc. – serviram como um guia inicial para compor o conjunto de entrevistados da pesquisa. De forma complementar, foram considerados como critérios para a composição final do quadro de entrevistados a participação de colaboradores esporádicos ou recentes (que não integrassem, portanto, o chamado núcleo do coletivo), de ex-integrantes e do máximo possível de integrantes mulheres, tendo em vista a recente

<sup>73</sup> Antes de ir a campo, havia uma desconfiança de que a observação poderia não ser o suficiente para a caracterização dos aspectos delimitados nos estudos de caso tendo em vista que é comum que coletivos não tenham um fluxo contínuo de produção (sendo possível, por exemplo, que ao longo do período observado não fossem realizadas todas as atividades que tipicamente constituem as rotinas das iniciativas). Nesse sentido, buscou-se delimitar o maior período possível de proximidade, que, diante dos recursos disponíveis e do cronograma de realização da pesquisa, foi estabelecido em três semanas. Em condições ideais, pesquisas semelhantes devem requerer mais tempo de convivência para que seja possível uma caracterização por meio de observação. Devido a isso e, também, à disparidade do tempo de observação em cada uma das iniciativas acompanhadas optamos por não trazer a observação para discussão na dissertação, tomando os registros feitos em campo como complementos para a leitura das questões identificadas a partir das entrevistas.

criação da Vaidamina, frente de produção que surge de uma demanda por aumentar a participação de mulheres no projeto.

Desta forma, certamente, o resultado que é apresentado a seguir não dá conta de uma caracterização completa do percurso desenvolvido pelo coletivo em todos os aspectos, trata-se da junção de diversos recortes e percepções dos agentes, por sua vez bastante influenciados pelo caráter deste momento em específico na história do projeto. Por outro lado, o que pode ser considerado uma limitação se levada em conta a expectativa de uma resposta unânime para as dificuldades enfrentadas pelo campo no momento – ou seja, a identificação, de imediato, de um modelo passível de reprodução –, se mostra extremamente rico para a reflexão acerca das tensões que o constituem.

#### 4.1.1 “Odeia a mídia? Seja a mídia!”

A Revista Vaidapé foi criada em 2012 pelos amigos de infância João Miranda e Pedro Rodrigues a partir de uma insatisfação dos dois não apenas com os grandes jornais brasileiros mas também com veículos alternativos, publicações de esquerda com viés contra-hegemônico, etc. Como relata João Miranda (2016)<sup>74</sup>, que cursa a graduação em Multimeios na PUC São Paulo e é o único a permanecer na formação atual do coletivo, havia por parte deles uma impressão de que todos “eram conteúdos que não se aproximavam do jovem”. Dessa percepção, surge a proposta de “fazer uma revista que através da arte – poemas, muito inspirada em *zines* – [...] também trouxesse um conteúdo relevante” (MIRANDA, 2016). A primeira edição da revista foi concebida como um projeto piloto que contou, principalmente, com colaborações artísticas. O foco no jornalismo, assim como a configuração como um coletivo de comunicação, começa a se constituir depois, em 2013, a partir de uma articulação com alunos do curso de jornalismo da PUC São Paulo que começa com o jornalista Paulo Motoryn – também integrante da formação atual, que na época cursava a graduação na PUC – e cresce entre os alunos de comunicação da universidade e também da Universidade de São Paulo (USP). Essa articulação com o jornalismo foi buscada pelos dois idealizadores do projeto na época a partir de uma preocupação em buscar textos mais

<sup>74</sup> Depoimento concedido à pesquisadora, assim como as falas subsequentes. A relação completa das entrevistas encontra-se no Apêndice C da dissertação.

embasados e, ao mesmo tempo, a percepção de uma demanda pela produção de conteúdos no período que antecede as Jornadas de Junho:

[...] estourou em junho, mas antes já tinha várias manifestações, já tinha gente querendo publicar seu conteúdo, coisa que fazia pra faculdade, ou pra fora da faculdade. [...] Foi dando muito certo porque todo mundo era um pouco alinhado, a gente se interessava pelas manifestações, por exemplo, que era algo que a TV e os próprios jornais não davam a mínima – nem os veículos de esquerda. Então, já era um puta ponto de partida que convergia com a Vaidapé, né? **A Vaidapé nasce de uma preocupação de que nada tá conversando com os jovens** (MIRANDA, 2016, grifo nosso).

O alinhamento em torno do tema das manifestações e a perspectiva da revista como um espaço de militância de modo geral – neste ou em outros momentos – ficam bastante delimitados na construção do coletivo, como aparece no relato de alguns dos entrevistados quando questionados sobre os fatores que motivaram o envolvimento com a proposta:

Eu entrei na mesma época que eu me mudei pro centro ali, Barra Funda, e tava acontecendo umas ocupações ali de algumas áreas, tipo o Minhocão, o primeiro Festival Baixo Centro, essas coisas assim. E eu comecei a ver as coisas acontecendo mais, comecei a querer me envolver, e procurar os lugares que estavam rolando essas coisas e a Vaidapé meio me atraiu por essa noção de coletivo, por ser uma galera que tava se juntando pra tentar produzir alguma coisa (VIEGAS, 2016).

[...] eu estava vindo bastante também daquela onda Jornadas de Junho, meio que o primeiro contato com muitas questões de ativismo, de movimentos social, de reivindicações. [...] E eu vi nesse lugar da mídia, da comunicação, um potencial interessante tanto para colocar ideias, quanto para debater ideias que já estavam colocadas. Não necessariamente pelo jornalismo, até porque eu vim de uma formação de Ciências

Sociais, mas mais pra discutir alguns temas da nossa sociedade [...] (GANDOLFO, 2016).

Eu tenho uma criação muito burguesa, aristocrática, até. Então, a esquerda para mim não é lugar comum. Quando eu fui para humanas mesmo, no começo da faculdade, eu estava procurando aonde me movimentar. [...] Eu achava os espaços de CA muito aparelhados por PSOL, PSTU, sei lá. E aí, quando eu vi a Vaidapé, achei interessante (SANTOS, 2016).

[...] era um ideal mesmo, uma questão ideológica, de querer participar politicamente de algum ambiente coletivo e tal. E como eu não tinha muita identificação com o movimento estudantil, os movimentos partidários, e eu gostava muito de jornalismo, casou muito (IGLÉCIO, 2016).

Além de aproximar os integrantes em torno de um ideal comum e deixar suas marcas no que se tornaria a Vaidapé na sequência – uma revista com ênfase em coberturas relacionadas à rua, temáticas marginalizadas e expressões artísticas de resistência como o rap – a “onda de junho de 2013” opera como um fator constituinte do projeto no sentido de abrir um espaço de atuação que até então não se conseguia vislumbrar daquela forma. Como observa o estudante de jornalismo Thiago Gabriel Lopes e integrante do coletivo desde essa época: “antes era mais difícil imaginar uma mídia independente. Depois de junho de 2013, eu acho que vai ficando mais fácil a gente perceber que isso é possível e que a gente pode influenciar no debate nacional” (LOPES, 2016). Da mesma forma, quando João fala a respeito da transição da proposta inicial para a atual, fica evidente que aquele contexto político apresentou um formato de articulação até então desconhecido para a ideia na qual haviam começado a trabalhar:

na revista [número] um, que na verdade era um projeto piloto que a gente decidiu lançar, não tinha essa vontade de ter vários textos fodas porque a gente ainda não tinha uma equipe, não era uma empresa, a gente não sabia o que era um coletivo ainda, exatamente (MIRANDA, 2016).



Mesmo após esse primeiro momento de formação a expectativa de um espaço de militância permaneceu relacionada ao coletivo, aparecendo também entre as motivações afirmadas por integrantes que entraram nos anos que se seguiram. Nesse sentido, a Vaidapé parece se constituir inicialmente tanto – ou mais – como uma referência de militância como de jornalismo, embora o interesse mais específico pela proposta editorial da revista, por exemplo, seja citado por Thiago como uma motivação equivalente e também pelo jornalista Iuri Salles, que conheceu o coletivo mais tarde, em 2014, por meio de uma entrevista com o vereador da cidade de São Paulo e coronel da PM Paulo Telhada<sup>75</sup> publicada no canal da revista no YouTube:

[...] na época ainda, a Vaidapé era muito a revista. E eu me impressionei muito com a revista, achei a revista muito bonita, achei ela muito interessante, achei muito legal que o pessoal tivesse imprimindo uma revista, que é uma forma de comunicação que eu gosto bastante. [...] Foi muito o trabalho que estava sendo feito e tinha uma onda de junho de 2013, de surgimento das mídias independentes (LOPES, 2016).

[...] eu gostei da linha editorial mesmo da revista. Essa entrevista que eles fizeram era com o Coronel Telhada – que é um coronel da Rota aqui, que é uma força especial da polícia de São Paulo – e no fundo eles colocaram uma música dos Racionais "Qual mentira eu vou acreditar". Aquele dia acho que 72 pessoas já tinham sido mortas pela PM e ele falava que foram todas em confronto. Eu achei corajosa a revista (SALLES, 2016).

A formação inicial do coletivo acontece a partir de reuniões abertas na PUC com participação de até 50 pessoas, assim, a rede que se forma neste primeiro momento é ampla e dispersa, ainda que limitada

<sup>75</sup> Publicado em 15 de abril de 2014, o vídeo foi um dos conteúdos com maior repercussão na trajetória da Vaidapé, mas é avaliado como um momento controverso na produção do coletivo, uma vez que acabou recebendo mais manifestações positivas de apoiadores do coronel na rede do que de reforço à crítica da apologia ao assassinato, como era intenção do coletivo ao produzir o material. Disponível em: . Acesso em: 22 maio 2017.

aos alunos e suas respectivas redes de contatos e amizades. Os relatos nas entrevistas indicam que é por volta do terceiro ano do projeto, em 2014, que se forma um grupo mais restrito de pessoas que se dedicam de forma mais intensa e com mais frequência ao projeto. Esse processo se mostra bastante relacionado à execução do projeto Copa 412, uma proposta de cobertura colaborativa da Copa do Mundo no Brasil que contou com dedicação diária de parte dos integrantes que posteriormente formariam o núcleo do coletivo – uma delimitação que não é fixa, sofre alterações na composição, e se caracteriza por acumular e misturar papéis de produção, gestão e, também, relações de amizade que se formaram antes ou de forma paralela à atuação no coletivo. Após o período inicial de reuniões convocatórias e este segundo momento, de formação do núcleo, as novas participações tendem a ocorrer, de modo geral, a partir de um vínculo de amizade anterior dos interessados com os membros ou com as suas redes de contato. Nesse sentido, pode-se dizer que se trata de uma formação orgânica que, com o tempo, passa a ser intermediada, entre outros aspectos, por relações de amizade e afinidade.

O coletivo atua de maneira informal desde o seu início, sem nenhum tipo de natureza jurídica registrada. No entanto, em outros aspectos, como a busca pela viabilização de sede física, fica demonstrada certa preocupação com algum nível de formalização – ainda que esta postura não necessariamente seja identificada desta forma, como uma formalização, pelos integrantes nas entrevistas realizadas. Embora desde 2015 o coletivo esteja operando de maneira improvisada em uma edícula nos fundos da casa do João Miranda, antes disso a redação passou por outras três sedes. A primeira delas foi um cômodo alugado por R\$ 400 (havia um desconto em relação ao preço de mercado pelo fato de a proprietária do escritório ser mãe de um dos colaboradores do coletivo na época) no escritório de uma assessoria instalada no bairro Butantã, que funcionou como redação em dois momentos, nos primeiros meses de atividade e no final de 2014. Na metade de 2014, com a realização do projeto Copa 412 em parceria com a jornalista e socióloga Li An, a redação foi transferida para a casa sede do projeto e, em seguida, para outra casa administrada por Li An – neste segundo espaço, configura-se um conflito de interesses que motiva o retorno do coletivo à sede original<sup>76</sup>, que, no entanto, precisa ser deixada

<sup>76</sup> O conflito referido é bastante emblemático para compreensão do percurso da Vaidapé e ocorreu devido ao convite para que integrantes do coletivo trabalhassem na campanha eleitoral de um candidato do Partido dos

em seguida, em 2015, devido à saída dos outros locatários do espaço e à falta de recursos para desembolsar o aluguel integral.

O financiamento da Vaidapé é misto, com captação de recursos via editais, anúncios e outras modalidades – como realização de festas e venda de camisetas do coletivo, estas utilizadas principalmente nos primeiros anos de atividade, quando contavam com sede própria para promover eventos. Desde o início das atividades até o momento da pesquisa, a iniciativa foi contemplada em quatro editais: Redes e Ruas, concedido em duas edições (2015 e 2016) pela Secretaria Municipal de Direitos Humanos da Prefeitura de São Paulo<sup>77</sup>, PROAC concedido em 2015 pela Secretaria Estadual de Cultura do Governo de São Paulo em 2015 e o Prêmio de Mídias Livres do Ministério da Cultura (MinC) na categoria regional, também em 2015.

Os recursos não cobrem por completo a operação do coletivo, sendo destinados, sobretudo, à viabilização da estrutura (despesas com aluguel, compra de alguns equipamentos), dos produtos (impressão da revista, gastos com servidor) e de ações externas (por exemplo, oficinas abertas à comunidade e os festivais de lançamento, que contam com shows e outras atividades gratuitas). Fora a premiação do MinC, cujo pagamento não foi realizado, as demais participações em editais financiaram a impressão das edições 5 e 6 da revista (R\$ 25 mil, provenientes do PROAC) e o projeto “Vaidapé no Butantã” (contemplado pelo Redes e Ruas, recebendo R\$ 50 mil na segunda edição), realizado em 2015 e no início de 2017 – originalmente prevista para 2016, a segunda edição do projeto foi adiada devido a um atraso no repasse da verba por parte da Prefeitura de São Paulo. Com exceção das edições do Redes e Ruas, quando parte dos recursos orçados foi

---

Trabalhadores(PT) em São Paulo nas eleições daquele ano, paralelamente à parceria para uso do espaço pela Vaidapé. Como relata Vinícius Ferreira (2016): “Quando termina esse processo do Copa, começa o processo da eleição de 2014 e rola uma pressão muito forte do PT [...], começa a rolar uma pressão muito forte de que a gente atue nessa direção. Mais ou menos o que o Jornalistas Livres, o Mídia Ninja e muitos outros são hoje, totalmente cooptados. E rolou essa pressão, tanto que foi formado um comitê de campanha do candidato, e muitas pessoas da Vaidapé acabaram formando esse comitê, como indivíduos [...] não como Vaidapé. Rolou bastante rebuliço nessa época, mas a Vaidapé saiu ileso e saiu da casa dela”.

<sup>77</sup> O edital também contemplou, na edição de 2016, as seguintes iniciativas de mídia: Rede Jornalistas das Periferias (contemplada com os coletivos Desenrola e não me Enrola e Periferia em Movimento), Afroativismo Digital, Como Como, Estopô Balaio, Mafuá, Repentistas e Crônicas Urbanas.

destinada ao pagamento de uma quantia mensal aos integrantes envolvidos nas atividades previstas no projeto, os recursos não cobrem a remuneração dos envolvidos no coletivo de modo geral. Neste caso, o pagamento foi de R\$ 600 por mês para cada integrante envolvido ao longo dos oito meses de realização da proposta.

Em 2016, a venda de espaços publicitários foi utilizada de forma pontual no site e de forma mais expressiva nas edições 5 e 6 da revista impressa no formato de classificados – respectivamente oito e 12 anúncios, cujo rendimento foi utilizado para custear os festivais de lançamento das edições realizados em abril e outubro de 2016, cobrindo as despesas da promoção dos quatro eventos realizados (dois no Butantã e dois no Grajaú). Os movimentos nessa direção ainda são experimentais, uma vez que não há intenção de se construir um modelo de financiamento baseado na publicidade, como afirma o integrante André Napchan (2016): “a gente percebeu que não é por aí que a gente vai se financiar ou construir o nosso modelo, é apenas mais uma das formas de atrair mais uma frente [de financiamento]”. Nesse sentido, destaca que as experiências até o momento apontam para a necessidade da formatação de um modelo misto, que por sua vez esbarra em questões de organização interna para avançar. “A nossa dificuldade é essa: não existe um modelo ideal e nem uma frente só [...]. O que a gente tá vendo é que a gente tem que fazer de tudo um pouco” (NAPCHAN, 2016).

Além dessas três estratégias principais, a formatação de uma proposta de financiamento coletivo tangencia a pauta interna do coletivo desde 2014. Em outubro de 2015, uma proposta chegou a ser lançada e retirada do ar em seguida, por se avaliar que a questão não estava amadurecida o suficiente na discussão interna do coletivo – nesse sentido, fica colocada uma relação entre a dificuldade de estruturar a proposta e a organização interna do coletivo, um ponto de tensão interna, que abordaremos mais a frente. Após um período de reavaliação, a ideia foi retomada no primeiro semestre de 2017, com desenvolvimento de uma campanha na plataforma Benfeitoria<sup>78</sup>.

Não existe uma prática de prestação de serviços instituída no coletivo, mas essa modalidade foi adotada de forma pontual em algumas ocasiões com venda de conteúdos para as revistas *Carta Capital* e *Carta Maior*. Além disso, é comum que propostas de trabalhos freelancer (inclusive demandas por coberturas) sejam oferecidas aos integrantes em face da atuação dos mesmos na Vaidapé ou da visibilidade do

78

Disponível em: . Acesso em: 8 ago 2017.

coletivo como um todo, configurando assim uma fonte indireta de remuneração, que se relaciona à dedicação dos integrantes ao coletivo, mas não entra propriamente como um financiamento para o mesmo.

Paulatinamente, a estrutura orgânica inicial, de convocações em grandes reuniões abertas, passa a dar lugar a um movimento de fechamento no sentido da adoção de uma dinâmica que priorizasse colaborações mais específicas, como observa Thiago

[...] sempre foi muito orgânico, ainda é muito orgânico, ainda é um espaço aberto, mas cada vez mais a dinâmica de trazer pessoas ela é mais cirúrgica. A gente chama pessoa que tá afim de participar mesmo, que tá escrevendo coisa, que tem alguma coisa que queira colaborar junto [...](LOPES, 2016).

Além do site e da revista impressa, que é distribuída gratuitamente em edições semestrais, o coletivo tem outras três frentes de produção: o programa de rádio Vaidapé na Rua (realizado em parceria com a rádio comunitária do Butantã Cidadã FM), o coletivo Lúdico (até 2016) e o coletivo Vaidamina. As frentes funcionam como grupos autônomos – como pequenos coletivos dentro de um grande coletivo – e expressam mais a abrangência de atuação da Vaidapé do que uma divisão restrita de equipes, sendo comum que os integrantes transitem por mais de uma frente.

Da mesma forma, não há propriamente uma atribuição formal de funções específicas, mas apenas uma divisão em três áreas gerais de atuação (eventualmente chamadas pelos integrantes de núcleos) – que são jornalismo, audiovisual, web e design. Com exceção das áreas mais técnicas, que acabam sendo de responsabilidade de integrantes específicos, a divisão de tarefas fica determinada mais pela disponibilidade e interesse de cada um em atender, eventualmente de forma aleatória, as demandas que surgem, do que por outros critérios como tempo de atuação, formação ou experiência profissional. Como descreve o estudante de Ciências Sociais e integrante do núcleo do coletivo Henrique Gandolfo (2016):

De forma geral, eu diria que é uma organização pautada um pouco na vontade das pessoas, de a partir das demandas de cada um, do quanto cada um tá querendo produzir. E ela vai se organizar mesmo, ter os momentos concretos de

organização nessas reuniões periódicas que a gente faz e muito pela internet também, por Telegram, Whatsapp, grupo de Facebook, e ali a gente organiza algumas demandas e tenta fazer uma divisão de trabalho a partir desses grupos digitais. E nas reuniões práticas, assim.

É comum que a divisão de tarefas a partir da designação de funções seja entendida como um “engessamento” da atuação dos integrantes, que acabam executando funções variadas ao longo das suas trajetórias, como fica exemplificado, abaixo, na descrição de Henrique quando questionado se tinha alguma função específica no projeto.

No meu caso, eu entrei muito na redação, e meio que continuei na Vaidapé, me consolidei na redação. Mas como você vai aprendendo muitas coisas, e a gente faz muitos tipos de atividade também, eu já participei do programa de rádio também uma época, já digravei revista, já digravei infográfico, agora vou lançar um minidoc que eu editei, aprendi a mexer no After Effects para fazer vinheta, sei lá. Carrego caixa de som, escrevo editais – naqueles que a gente passou eu acabei escrevendo também. Então, acho que a função que eu parti na Vaidapé e me estruturou ali dentro foi pela redação, assim como outras pessoas tiveram uma função específica, mas você acaba transitando por outros campos, até programação eu aprendi um pouco, enquanto eu estava na Vaidapé (GANDOLFO, 2016).

Por um lado, a possibilidade de transição entre diferentes funções é vista como uma oportunidade de aprendizado – uma visão que, embora citada também como um aspecto interessante por integrantes que atuam há menos tempo no coletivo, parece localizada como uma qualidade mais entre os membros que estão há mais tempo e com mais responsabilidades no coletivo, como na fala de Patrícia, na sequência.

De repente, eu que não sei editar vídeo, por questão às vezes de precariedade da pessoa que edita melhor que eu não estar podendo, eu vou improvisar e eu vou acabar aprendendo [...] Eu

acho que é nesses momentos, em que você de repente faz uma coisa que não é tão natural para você fazer, mas é legal porque você está aprendendo, algo que você não aprenderia no mercado, em uma empresa convencional, porque a sua função tá muito bem delegada, né? (IGLÉCIO, 2016).

Por outro lado, o fato de as funções se colocarem desta forma orgânica, por meio do tempo e do cotidiano do projeto, acaba dificultando a inserção de qualquer um que não esteja completamente integrado a esse cotidiano. O que fica reforçado pelo fato de que, nas entrevistas realizadas na pesquisa, esta característica – a ausência de uma delimitação prévia de funções ou tarefas específicas – ter sido apontada como um problema na organização do coletivo de forma mais enfática por aqueles que atuam há menos tempo ou que participam com colaborações mais pontuais, sem tanta proximidade com o cotidiano da Vaidapé.

Da mesma forma, a falta de uma delimitação prévia da produção de conteúdo, é apontada como um problema por alguns dos entrevistados – novamente, o entendimento desse aspecto como um problema do coletivo, no sentido de algo que acreditam que poderia ser mudado para um melhor funcionamento, parece se destacar mais entre os membros menos integrados no cotidiano do projeto.

As diferenças de percepção a respeito do que seria um ideal de produção ou rotina a ser seguido são bastante representativas do que, na verdade, são dois momentos completamente distintos no percurso do coletivo. Primeiro, uma formação orgânica, onde esses membros mais antigos e integrados ao cotidiano do projeto atuaram diretamente – trata-se de uma estrutura construída a partir da atuação de cada um deles. E, num segundo momento, um projeto já formatado por uma dinâmica muito particular, que ainda que tenha se construído de forma aleatória (no sentido de não planejada previamente), para aqueles que não tiveram a oportunidade de participar tão diretamente dessa construção, se apresenta como algo uniforme e eventualmente difícil de se compreender ou integrar. A transição entre esses dois momentos parece ser a raiz da crise vivida pelo coletivo no momento da pesquisa e se mostra bastante relacionada a uma dificuldade em lidar com essa consolidação do que o grupo se tornou e, mais especificamente, reconhecer outro formato de organização que dê conta do que se faz e se espera do projeto no presente.

Tanto a formação dessa crise, como as soluções que foram vislumbradas para ela no âmbito da discussão acompanhada pela pesquisa – assim como as discussões individuais posteriores provocadas pela pesquisa nas entrevistas –, passam pelos movimentos de distanciamento e aproximação do coletivo ao modelo convencional que se busca contrapor, tema que aprofundamos a seguir.

#### 4.1.2 Velho vs. novo – Novas práticas no campo?

O lema “Informação não é mercadoria”, que fica em destaque de forma fixa no site da revista e nos editoriais da edição impressa, demarca de forma expressiva o conflito principal que permeia tanto a formação da Vaidapé, quanto as escolhas que caracterizam o percurso do coletivo em relação à organização e ao financiamento. A dissociação entre o que é objeto do jornalismo – a produção de informação – e a condição na qual a prática se estabeleceu de forma dominante na sociedade moderna se enquadra, em parte, no processo de denegação da economia que é característico dos campos de produção cultural na perspectiva de Bourdieu (2015b). Percebido de forma mais intensa nos outros campos de produção cultural, onde o conflito espaços comerciais *versus* não comerciais parece bem demarcado nas posições que se estabeleceram ao longo do tempo nos respectivos campos – costumam ser evidenciados nas linguagens adotadas, nos hábitos de consumo, nos espaços de crítica, etc. – no campo jornalístico, esse processo parece se configurar de forma mais tardia, na medida em que se torna mais possível e atraente para os agentes atuar em espaços alternativos aos que se constituíram de forma dominante no campo. Ainda que uma prática não comercial com viés crítico e contra-hegemônico sempre tenha existido, seja no âmbito de outras militâncias ou no jornalismo público, a ideia do comercial como algo a ser contestado especificamente pelo seu caráter mercadológico parece se acentuar de forma especial neste momento em relação a outros, ao menos no caso brasileiro.

Levando em conta a questão colocada como ponto de origem do coletivo – de que “nada conversa com o jovem” – o conflito com o convencional no caso da Vaidapé parece se desdobrar principalmente em uma disputa entre o velho e o novo no campo. Recorrendo novamente a Bourdieu (2015b, grifos do autor), fica colocada uma oposição entre “jovens” e “velhos” que é “homóloga da oposição entre o poder e a seriedade *burgueses*, por um lado, e, por outro, a indiferença ao poder ou ao dinheiro, assim como a recusa *intelectual* do espírito de seriedade [...]”.



Nesse sentido, se destaca a reconhecida imaturidade do grupo, que foi citada em diversos momentos, sobretudo pelos integrantes mais antigos, como uma autocrítica coletiva e que simboliza ao mesmo tempo um percurso autônomo ao convencional – portanto, ocupa também um lugar de valor no percurso traçado. Parece ser nesse sentido que todos os “problemas” que envolvem a organização do coletivo são considerados inevitáveis por muitos dos entrevistados, afinal, derivam de um posicionamento político crítico essencial à constituição da proposta. Desta forma, a eventual desorganização que decorre dos formatos de produção e tomada de decisão adotados (assim como os problemas que decorrem desses formatos) é como um preço que se paga pela sua autonomia em desenvolver uma prática própria<sup>79</sup>, como fica bastante evidenciado na fala de Paulo quando questionado sobre a sua avaliação a respeito do modelo de organização desenvolvido no coletivo:

Esse modelo de organização tem um ponto negativo porque em alguns momentos fica pouco nítido o processo decisório, as coisas acabam sendo decididas ou individualmente ou bilaterais e esse é um problema grave. Mas, eu acredito que a parte boa, de a gente conseguir conferir autonomia para as pessoas do coletivo, uma liberdade maior de expressão e de posicionamento interno e de questionamento das figuras que estão ali, acho que tudo isso vale mais a pena do que essa parte ruim, claro, mas que eu acho que todos os movimentos horizontais enfrentam, de, às vezes, esbarrar nessa coisa da pouca nitidez do processo de decisão, de liderança (MOTORYN, 2016).

Apesar do ponto negativo, que será retomado mais a frente, a ideia de uma liberdade produtiva, ou, mais especificamente, de uma liberdade editorial, é bastante presente nas avaliações dos entrevistados

<sup>79</sup> Essa perspectiva aparece inclusive na avaliação dos entrevistados que manifestaram uma crítica mais enfática em relação à organização do coletivo, como o artista e ex-integrante do núcleo Lúdico Pedro Paulo Mirilli, que quando questionado se tinha algo a complementar à discussão afirmou o seguinte: “Acho que o meu complemento é essa gratidão ao caos que a mídia independente tá trazendo pro mercado formal de trabalho. Não só no jornalismo, acho que eu posso responder mais pela questão da expressão artística, enquanto artes visuais né, porque se isso não acontecer a gente vira o Romero Brito [risos]” (MIRILI, 2017).

e não se limita apenas à referência do jornalismo convencional. Um exemplo nesse sentido é a percepção de Iuri quando questionado se também observava na revista alternativa *Vice*, onde trabalhou como repórter, o diferencial da Vaidapé<sup>80</sup>:

Existe bastante liberdade de conteúdo lá pro repórter [...] mas não tanto assim. [...] em qualquer ângulo que você for ver, a Vaidapé vai ser mais liberal. Formas de trabalho, tudo. Até porque não paga, né. A *Vice* é CLT, então, isso já remete a um monte de coisa (SALLES, 2016).

Da mesma forma, a busca por uma atuação autônoma parece se configurar a partir da insatisfação com outras instituições que não o jornalismo. Um exemplo nesse sentido é o caso da estudante Paula Serra que cursa Audiovisual na USP e viu no coletivo uma possibilidade de redirecionamento da formação convencional na área:

Acho que na minha graduação, que é uma faculdade que fica entre comunicações e artes, é uma coisa que não fica bem resolvido lá o que, pra quê, a gente tá aprendendo audiovisual. É uma coisa pra entrar no mercado, grandes produtoras, fazer ficção e isso começou a me desinteressar muito e cada vez mais, e até me distanciar muito da faculdade a ponto de eu achar que eu nem aprendia nada lá. [...] Eu sempre gostei de tirar foto e, não sei, pensar o audiovisual um pouco mais politicamente, na cidade, no dia a dia, e acho que quando a Pati [Patrícia Iglécio] falou pra vir pra Vaidapé isso pareceu muito mais concreto, muito mais possível (SERRA, 2016).

Pensando a perspectiva dos movimentos de aproximação e distanciamento no percurso desenvolvido pela Vaidapé, o programa de

<sup>80</sup> A respeito do diferencial da Vaidapé em relação à organização do jornalismo convencional, Iuri afirmou que: “Acho que o diferencial é porque é mais horizontal. A gente não tem um editor-chefe, não tem um chefe de reportagem. [...] É mais os repórteres mesmo que escolhem suas pautas. Acho que esse é o principal diferencial, a liberdade de conteúdo, de pensamento, maior e também de opinião. Acho que a gente pode ter mais opinião do que a grande mídia”.

rádio Vaidapé na Rua e a edição impressa da revista são dois aspectos que, em um primeiro olhar sobre o coletivo como um todo, chamam a atenção em meio à postura geral de negação de tudo que remete ao jornalismo convencional. Produzido semanalmente desde dezembro de 2013, o programa de rádio é o núcleo que mais se aproxima uma rotina específica e com maior preocupação com os aspectos tradicionalmente considerados como jornalísticos – por exemplo, a abertura do programa com um “giro” pelas notícias da semana e a realização de edições temáticas relacionadas ao contexto local ou nacional. No momento, da mesma forma, o núcleo parece concentrar os integrantes que manifestaram uma perspectiva mais tradicional do que é o jornalismo nas entrevistas ou em momentos acompanhados pela observação.

Ainda assim, essa aproximação é, na verdade, uma forma de se diferenciar do convencional já que o que se visa nesses dois eixos de produção é se comunicar com um público marginalizado pela cobertura jornalística de modo geral, o que fica demarcado, por exemplo, na escolha por uma rádio comunitária. Em relação à edição impressa da revista, se levado em conta o atual cenário, onde a transição do suporte impresso para o online tem uma dupla dimensão, de uma esperada adaptação tecnológica e de corte dos custos de operação, atendendo, em última instância à segunda, o investimento no formato impresso demarca um movimento de diferenciação e de resistência. E é assim, como uma postura de resistência, que é entendido por parte do coletivo. Aqueles que defendem a edição impressa da revista seja mantida, argumentam que o investimento é fundamental para alcançar o grupo social visado na proposta do coletivo<sup>81</sup>. Como se pode ver, esse posicionamento não é unânime e evidencia um dos pontos de conflito interno do coletivo. Este conflito fica sinalizado, por exemplo, quando o integrante Vinícius Ferreira (2016) se refere à diminuição do tamanho da revista de formato A4 para A5 como um “golpe” que precisou aplicar

<sup>81</sup> A seguinte fala de Paula sobre a distribuição de revistas na ocupação Tenda Alcântara Machado, embora não tenha sido formulada no contexto da discussão específica sobre a realização da edição impressa da revista, ilustra bem a questão abordada: “é uma disputa por revista muito louca. E aí, quando eles pegam pra se ver na revista eles vão ler o resto das matérias e rola uma identificação, sabe? [...] teve um cara lá que falou “ah, conheço esse maluco, ele é da minha quebrada”, falando do Djan que é o pichador que tá na revista. Ou, sei lá, a Favela do Moinho: “vou lá há tempo pra caralho, cresci lá, ou conheço uma galera de lá, tem um samba muito bom lá”. [...] você vai fazendo as pontes que a gente acredita que tem que ser feitas, você vai conectando todos esses lugares que são várias ilhas que não tem essa possibilidade de interação”.

nos colegas a fim de garantir que as duas edições previstas pudessem ser executadas com o orçamento disponível na época, que a rigor seria suficiente apenas para a impressão de uma edição no formato antigo.

Entre os movimentos de distanciamento do convencional, os dois que parecem mais significativos para a compreensão do percurso da Vaidapé ficam representados em dois eixos que se formaram em paralelo aos núcleos de produção do coletivo: o eixo de produção cultural e o eixo de educomunicação. A perspectiva da produção cultural ronda o coletivo desde o início da sua formação: a produção de festas, junto com a venda de cervejas e camisetas, foram as primeiras fontes de recurso para financiar as atividades do coletivo. Com o tempo, e principalmente a partir das experiências nos editais que abrangiam também atividades culturais, esse eixo cresce no grupo a ponto de se reconhecer uma expertise/capital na Vaidapé em geral e especificamente em alguns integrantes. Como em outros processos observados na Vaidapé, este ocupa o lugar de uma espécie de profissionalização<sup>82</sup> que ocorre por meio da atuação no coletivo, como no caso de um dos articuladores desse eixo, o Ubirajara Eclécio Neto, que entra no coletivo no início da faculdade de jornalismo e ao longo da trajetória se torna produtor cultural (Ubirajara trancou a faculdade no último ano para se dedicar a sua própria produtora, a Coisa Boa Produções, criada em sociedade com um amigo).

Mais do que um complemento à atuação do coletivo, com o tempo, a realização dos festivais culturais com shows convidados e momentos de microfone aberto ao público, se ampliam como uma tradição dos lançamentos da edição impressa da revista (em 2017, foram realizados quatro festivais ao todo, dois para cada edição da revista) e são entendidos também como algo da abrangência do jornalismo:

[...] acho que eu trouxe um pouco essa bandeira da produção cultural na Vaidapé pelo fato de acreditar nesse diálogo na rua, cara a cara, e não só escrevendo matéria, reportagem. Eu acho que isso também é jornalismo. A gente colocar ali um amplificador numa praça e o moleque poder ir lá e mandar uma rima no rap, falar alguma parada,

<sup>82</sup> Embora o coletivo não seja um espaço institucional e se oponha bastante a qualquer tipo de institucionalização das práticas, a ideia de uma profissionalização se mostra no sentido do papel de formação que o espaço ocupa para os membros, que desenvolvem no espaço competências para uma atuação profissional.

recitar algum poema, acho que isso também é jornalismo (ECLÉCIO NETO, 2016).

Da mesma forma, a presença do eixo de educomunicação – que, no momento da pesquisa, começava a se estruturar - demarca uma diferença fundamental com o convencional na medida em que se aposta em uma lógica de difusão do capital acumulado pelo projeto no lugar da tentativa de se estabelecer um monopólio em torno do mesmo. Nesse sentido, o crescimento do coletivo em si é um objetivo paralelo a outro maior: como conclui Paulo “não adianta só a Vaidapé fazer boas reportagens, a gente precisa fazer com que mais gente faça boas reportagens” (MOTORYN, 2017). Uma perspectiva que parte da ideia de que é necessário superar as condições de formação do grupo, como explica o jornalista:

[...] a gente acha isso fundamental porque a Vaidapé tem uma distorção na composição, de raça, de classe, de gênero, de identidade de gênero, de orientação sexual, e a gente acha que a melhor maneira de conseguir desconstruir isso, para além de garantir mais gente dentro do coletivo, com mais diversidade, seria a gente compartilhar as técnicas de produção que a gente acumulou nesses últimos anos e socializar isso com o máximo de gente possível, principalmente com os estudantes de escola pública e com os jovens de baixa renda.

Além do posicionamento político, esse eixo parece muito relacionado a ideia do coletivo como um espaço de aprendizado, que aparece de forma pontual quando as respectivas trajetórias dos integrantes no coletivo foram discutidas nas entrevistas e ficou reforçada na observação das atividades acompanhadas de forma geral – desde o primeiro momento da observação, a impressão que tive foi de estar em um espaço com constantes trocas de saber. Além disso, não são raros os relatos que sinalizam que os participantes são iniciados mais pelo coletivo do que pelas instituições de ensino nas suas respectivas praticas profissionais.

Desta forma, a análise do percurso da Vaidapé indica que o ideal de uma prática autônoma, no sentido de elaborada pelos agentes, parece ter sido alcançado pela Vaidapé na medida em que se constituiu como um espaço de militância. Parece ter tido um papel essencial nisso

a dinâmica orgânica da organização e o repasse das tarefas entre os membros. Por outro lado, essa mesma dinâmica acarreta problemas específicos que se mostram semelhantes aos identificados – e repudiados – no modelo convencional. As críticas a esta dinâmica perpassam a fala de praticamente todos os entrevistados, mas são mais aprofundadas pelos integrantes que se desligaram da formação fixa do coletivo. O jornalista Victor Santos (que permanece participando do programa de rádio Vaidapé na Rua, mas não se considera integrante do coletivo), por exemplo, aponta que a dinâmica orgânica pode se converter em um espaço propício ao autoritarismo:

[...] eu acho que essa horizontalidade toda da Vaidapé, assim como aconteceu em outros coletivos, da mesma natureza, da mesma filosofia – talvez, não mesma natureza, como o MPL que foi uma coisa que a gente sempre se espelhou – essa horizontalidade, ela promove muito autoritarismo, também. Porque no momento em que ninguém é responsável por nada, alguém pode se sentir responsável por tudo. E aí alguém pode se sentir prejudicado porque talvez na cabeça da pessoa, ou na prática mesmo, tá fazendo mais. E isso faz com que ela se permita cobrar outras pessoas, sendo que essas outras pessoas não estão nesse acordo. [...] E aí as pessoas acabam sendo pressionadas, uma coisa que pode vir do nada, que você não está esperando, e que para a outra pessoa é muito claro. Eu convivi muito com cobrança comigo, e quando eu pedi ajuda era difícil porque todo mundo estava fazendo alguma coisa. Então, eu acho inevitável esse modelo, mas acho que ele cria estruturas de poder internas que são muito delicadas, muito chatas de lidar (SANTOS, 2016).

Para Victor, a dificuldade em lidar com essas estruturas que se formam, passa principalmente pelo fato de o coletivo – e mais especificamente o núcleo do projeto – ser permeado por relações de amizade. Fato que, na sua percepção, interfere nos processos de tomada de decisão – “Se um deles fala alguma coisa na Vaidapé, já faz um tempo, tem um peso muito diferente do que se outra pessoa fala. Eles são muito amigos, antes de tudo” – e também nas discussões de modo geral, no sentido de se formar um receio por “botar o dedo na ferida” (SANTOS, 2016). A interferência das relações de amizade também é

apontada como um problema pelo artista Pedro Paulo Mirilli, que se refere a formação de uma “panelinha”. Pedro, que foi um dos principais articuladores do núcleo Lúdico, atribui o desligamento do projeto, entre outros aspectos, a uma dificuldade de inserção no grupo para realizar o que ele esperava de uma articulação entre arte e jornalismo:

A minha ideia inicial, eu sempre falei isso, era ter meio que uma equipe de cavalaria, sabe? Ter três, quatro, pessoas, duas que pudessem desenhar, uma que desenha outra que tira foto, duas que criem textos mais poéticos, mais livres pra suprir demandas. Eu sempre olhei pra outras revistas formais – como, sei lá, vou dar o exemplo máximo que seria a *Piauí* – e tem um alinhamento muito grande entre arte e jornalismo. E eu queria ter essa equipe pra chegar jornalista A, jornalista B, e falar "tô fazendo uma matéria sobre isso. Vamos fazer um negócio juntos?" e aí já ter gente ali pra “boom!”, no momento seguinte começar a trabalhar nesse sentido ao invés de ter que perder um tempo pra fazer isso, isso e aquilo. Porque demanda jornalística é de hora em hora, né: cai um avião ali na esquina e tudo mudou. Poder tá preparado pra isso. Uma coisa que eu nunca senti, porque, como eu falei, demora-se um tempo até se chegar ao núcleo e ele poder confiar em você. Sendo bem sincero, foi esse o meu sentimento durante esse tempo todo. Os olhares a mim e aos meus pares lúdicos começaram de um jeito e, a partir dessas transformações que a gente sofreu ao longo desses anos começou a ser outro. Melhorou muito, mas se eu tivesse – se nós tivéssemos – conseguido fazer essa equipe de frente logo de começo, eu acredito que hoje nós estaríamos em outro patamar pra poder dar uma nova cara, pra trazer o que o pessoal das antigas, que é o pessoal fundador ou que hoje tá mais ligado às questões jornalísticas, pudesse vir a querer, ou a gente mesmo pudesse sugerir (MIRILLI, 2017).

Outro aspecto típico da organização convencional que não consegue ser evitado apesar da estrutura orgânica e horizontal adotada na Vaidapé é a reprodução do padrão heteronormativo nos modos de produção (SILVA, 2014), que no caso da experiência do coletivo

implicava a formação de um ambiente considerado agressivo e desrespeitoso pelas integrantes mulheres. O contexto que motivou a criação da Vaidamina é relatado no trecho abaixo por Patrícia, que era em muitas situações a única mulher participando das discussões do projeto e foi a articuladora da ideia na época:

[...] desde que eu entrei na Vaidapé tinham muito mais homens, muito mais os caras do que mulheres. E aí ao longo do tempo isso foi ficando cada vez mais gritante. Antes a gente tinha outras colaboradoras, que foram saindo... E aí nisso, em 2015, restou que só eu e a Jay [Janaína Viegas] ficamos aqui [...]. Só tinha eu e ela. Mesmo. Era eu e ela e um monte de todos esses caras que você viu aí. Então, isso começou a ficar muito angustiante, né? Pra vida do coletivo, não só pra mim. E aí eu ficava quebrando a cabeça, pensando, tentando. Trazia de vez em quando uma amiga ou outra para vir aqui, tentando arejar o ambiente. E aí a gente discutia muito com eles, falava que também eles tinham que ter uma mudança de postura, para que as mulheres conseguissem sobreviver. Porque era também um ambiente político. Então, um ambiente político cheio de homem é um ambiente às vezes agressivo, um ambiente que os caras falam alto e tal. E aí assusta, afasta, né? E aí, nisso, para mim foi sendo muito difícil, mas, ao mesmo tempo, eu fui me colocando. Eu aguentava muita coisa, mas chegou um ponto que tava insalubre mesmo, a situação de estar muito mais homem para duas minas – e a Jay não vivia no cotidiano daqui, então muitas vezes era eu sozinha. E eu ficava desesperada pensando como que dá para mudar isso, né? Porque só ficar discutindo com eles e falando "ah, vocês são machistas", isso não ia resolver. **E, no início do ano, eu, conversando com a Jay, tive a ideia de fazer um projeto de publicação e produção aqui dentro da Vaidapé que fosse [feito] por mulheres, porque aí eu achei que era uma forma mais direcionada de trazer e tal, porque antes as minhas tentativas estavam muito falhas. Trazia uma mina aqui,**



**ela vinha, [me dizia] "cê é louca" e saia**  
(IGLÉCIO, 2016, grifo nosso).

A articulação prévia de um grupo – que é composto principalmente por amigas de Patrícia – para a execução da proposta se mostrou uma tentativa mais acertada no sentido de direcionar a inserção das integrantes a um objetivo específico. A respeito dos resultados, Paula Serra (2016) afirma que:

de fato entraram pessoas que não estavam dispostas a aceitar todos aqueles problemas que já tinha ouvido de fora assim – tipo, ter dificuldade de falar, ter dificuldade de se colocar, rolar uns desrespeitos – acho que isso agregou e só vai agregar mais assim ao coletivo se ele for mais aberto.

Uma dinâmica que foi discutida no momento de avaliação da organização do grupo também como uma solução que poderia ser aplicada para a inserção de novos integrantes no coletivo de modo geral, havendo um entendimento de que desta forma – com projetos e objetivos específicos – seria possível um maior aproveitamento das participações que tendem a ser flutuantes se não houver uma localização de em quais funções ou áreas elas podem ser exercidas.

Nesta perspectiva, o coletivo dá um passo em direção ao modelo convencional no sentido de começar a se desenhar em meio a um percurso de organização marcado por uma dinâmica extremamente orgânica – e, pode-se dizer, anárquica – o entendimento da necessidade de alguma forma de delimitação da atuação dos participantes. Essa percepção, assim como outros aspectos da discussão sobre organização e do financiamento no coletivo no momento da pesquisa, sinalizam para um amadurecimento da proposta que passa pela ideia de uma profissionalização que comentamos anteriormente: durante muito tempo a atuação no coletivo é como um *hobby* ao qual os integrantes costumam ter alguma facilidade para conciliar com seus estudos e quando se aproximam de completar as respectivas graduações ficam confrontados com o fato de não poderem mais se dedicar ao projeto nessa condição (é preciso trabalhar, pagar contas, etc.). Embora a situação seja entendida pelo grupo como uma desorganização – uma espécie de falha de planejamento no percurso do coletivo – a impressão causada pela pesquisa é que esse descompasso já indicava, na verdade,

um redirecionamento para outra forma de organização, tendo em vista que os movimentos realizados nos anos recentes no projeto foram muito mais em direção a uma viabilização financeira (tendo em vista sobretudo a remuneração da dedicação dos integrantes) do que da sua manutenção como um espaço de militância –, onde, a rigor, a formação e integração de novos membros seria uma prioridade em relação ao financiamento e permanência da formação original.

Desta forma, entendemos que, caso consolide essa transição, a Vaidapé pode ser considerada a expressão de um novo movimento de transformação no campo na medida em que desenvolve um percurso autônomo de profissionalização, mesmo que ele reproduza por caminhos diferentes alguns aspectos do modelo convencional. Um último aspecto do percurso do coletivo que reforça essa avaliação é que mesmo no âmbito do campo político, que costuma ser bastante influente nas propostas de jornalismo contra-hegemônico e comumente interfere de forma significativa nos mesmos, a Vaidapé demonstrou um posicionamento de diferenciação em relação inclusive as iniciativas que dentro do subcampo da mídia independente no Brasil ocuparam uma posição de destaque nos últimos anos, como, por exemplo, os coletivos Mídia Ninja e Jornalistas Livres, apontados em alguns momentos como instrumentalizados pelo Partido dos Trabalhadores (PT). É interessante notar, nesse sentido, como a construção dessa prática autônoma passa por uma aproximação a aspectos e princípios estabelecidos de forma tradicional no jornalismo – o financiamento e a autonomia política – no âmbito do percurso particular desenvolvido pelo coletivo.

#### 4.2 CIDADES PARA PESSOAS

A observação do Cidades para Pessoas acompanhou presencialmente duas atividades: uma reunião de planejamento do evento Brechas Urbanas realizada no Estúdio Fluxo com o jornalista Bruno Torturra, convidado daquela edição, e a produção e realização do evento no dia 25 de novembro, na sede do Itaú Cultural em São Paulo<sup>83</sup>. Além da observação, a construção do estudo de caso se deu a partir de entrevistas com duas integrantes do coletivo, a jornalista Natália Garcia

<sup>83</sup>

O cronograma da observação previa ainda o acompanhamento de uma reunião interna realizada na sede do coletivo no mesmo período, mas essa oportunidade acabou inviabilizada.

(fundadora) e a publicitária Raffaella Pastore<sup>84</sup>, e também, de forma complementar, informações concedidas via e-mail.

Algumas dificuldades enfrentadas no momento da pesquisa se refletem no resultado que será apresentado a seguir. Por ser um grupo menor e com uma agenda de trabalho mais robusta, que no momento da observação incluía a realização do Brechas Urbanas de novembro em paralelo ao planejamento da próxima edição do evento, o Cidades para Pessoas foi um ambiente de mais difícil integração – também entra como dificuldade nesse sentido o momento que o coletivo vivia no período, que passa, entre outros aspectos, por uma sobrecarga de atividades que se evidenciaria depois parte de uma crise interna no projeto que motivou a suspensão das atividades em janeiro de 2017. Ainda assim, a qualidade das entrevistas (realizadas no período da observação e também, depois, em uma segunda etapa após a suspensão) e a relevância das questões suscitadas para os objetivos da pesquisa propiciaram material suficiente para a realização do estudo de caso.

### **4.3 O sujeito e a cidade: o jornalismo como ferramenta de investigação da vida urbana**

Antes de se constituir como coletivo, o Cidades para Pessoas começa como um projeto pessoal da jornalista Natália Garcia. De acordo com o relato de Natália, trata-se de uma ideia que começa a se formar três anos antes do início do projeto em si, quando vive uma crise profissional. Nessa crise, se relacionam o cotidiano da jornalista, que na época trabalhava nos sites site das revistas *Casa Cláudia* e *Arquitetura e Construção*, a sua rotina de deslocamento na cidade de São Paulo e, também, a perspectiva do contato com a rua como algo essencial ao jornalismo:

Há algum tempo, eu estava vivendo uma vida muito estressante em São Paulo, passando muitas horas por dia dentro do carro, pegando muito trânsito. E aí eu tomei a decisão de comprar uma bicicleta pra ir até a [Editora] Abril pedalando. E a

<sup>84</sup> Foi planejada ainda uma entrevista com uma terceira integrante do coletivo, no entanto, não houve disponibilidade da fonte para atender à pesquisadora no cronograma estipulado para a pesquisa.

decisão mudou tudo. Porque **mudou a minha experiência de deslocamento, minha percepção da cidade, minha percepção do jornalismo, eu me reconectei com a rua, que é o grande lugar onde a matéria prima do jornalismo existe.** Eu sinto que foi muito esse momento que começou a estruturar o que ia vir a ser o Cidades para Pessoas depois (GARCIA, 2016, grifo nosso).

A partir dessa experiência, Natália inicia um processo de reformulação da carreira e decide pedir demissão da Editora Abril para se dedicar ao tema da cidade de forma autônoma, motivada pela experiência de uma viagem de férias a Bogotá, na Colômbia:

Quando voltei pro Brasil, vendi reportagens como *freela* e daí pensei ‘cara, esse é o trabalho que eu quero ter. Quero viajar, quero viver aventuras, quero conhecer lugares incríveis e escrever sobre isso’. E aí eu pedi demissão (GARCIA, 2016).

O projeto do Cidades para Pessoas em si começa a tomar forma nos anos seguintes e é inspirado, em especial, no livro homônimo do urbanista dinamarquês Jan Gehl, que Natália conhece a partir da sua participação no projeto “Isso não é normal”<sup>85</sup>: “[...]Encantei com quão revolucionária e simples ela era [a ideia de cidades para pessoas]. E aí que eu decidi escrever um projeto autoral, pessoal, pra visitar cidades do mundo em que esse conceito se manifestasse” (GARCIA, 2016).

Na primeira etapa do projeto, que consistiu em uma viagem de Natália por 12 cidades, a alternativa encontrada para viabilizar a proposta foi um financiamento coletivo realizado em janeiro de 2011 na plataforma Catarse<sup>86</sup> (que, na época, acabava de ser lançada e foi conhecida por ela quando escrevia uma reportagem freelancer sobre *crowdfunding*) com arrecadação de R\$ 25.785. Antes disso, Natália tentou, sem sucesso, parcerias com redações:

[...] quando eu decidi fazer o projeto Cidades eu tentei apresentar ele pra grandes redações jornalísticas, muita gente se interessou, mas tava

<sup>85</sup> Iniciativa contratada em 2010 pela Embaixada Britânica no Brasil para abordar a questão das mudanças climáticas no país.

<sup>86</sup> Disponível em: . Acesso em: 6 ago 2017.

sem grana, momento de planejamento orçamentário, difícil. Cidades ainda não era um assunto tão importante quanto sustentabilidade era naquela época. Então, quem topava, queria que eu transformasse o projeto no que parecia ser mais interesse público naquele momento (GARCIA, 2016).

No final de 2011, quando Natália volta ao Brasil, o objetivo inicial do projeto – escrever um livro sobre as cidades visitadas durante a viagem<sup>87</sup> – acaba se transformando em uma proposta mais abrangente na medida em que a jornalista é convidada para realizar, além de reportagens, palestras e oficinas sobre o tema e tem no projeto um “guarda-chuva” para abrigar as diferentes atividades que surgiam relacionadas à experiência que desenvolveu no tema da cidade. As demandas a partir daí levam Natália a buscar uma figura jurídica que desse conta dos diversos serviços que prestava e, após buscar algumas orientações a respeito do formato mais adequado, abre em fevereiro de 2013 uma microempresa:

Naquele momento, a gente não tinha uma figura jurídica para o Cidades para Pessoas e era possível existir sem nenhuma figura jurídica, eu não tava prestando nenhum serviço pra ninguém. O que eu tinha era uma estrutura burocrática separada da minha vida pessoal: eu tinha uma conta bancária, uma contabilidade que eu separava das minhas finanças pessoais, mas eu não tinha uma figura jurídica ainda. A necessidade de ter uma figura jurídica se configurou logo que eu voltei da primeira viagem do projeto, final de 2011. [...] eu comecei a trabalhar como palestrante e aí mais do

<sup>87</sup> Sobre a decisão, à época, de mudar a proposta inicial Natália afirma o seguinte: “O fato de o Cidades para Pessoas ter virado uma empresa foi um acidente [risos]. O plano não era esse, o plano era escrever um livro quando eu voltasse de viagem, um livro de grandes cases do urbanismo mundial. Mas aí eu percebi que esse livro era um livro que ia ficar sem importância um ano depois, porque os grandes cases do urbanismo mundial não param de mudar, o que é importante de ser entendido é a complexidade da vida urbana. É olhar pra cidade como uma plataforma de inovação. Essa é quase que a essência da resposta que eu encontrei, é esse olhar e essa postura, quase que essa diretriz” (GARCIA, 2017).

que fazer uma escolha de qual que era a melhor figura jurídica pro Cidades para Pessoas eu percebi que pro tipo de serviço prestado que eu era convidada a fazer eu precisava ter uma empresa. Então, não foi exatamente uma escolha estratégica, sabe? E em vários momentos a gente se perguntou assim, "será que é isso mesmo?", "será que essa é a melhor figura?", "será que essa é a melhor determinação?". Mas basicamente o que eu fiz foi entender os serviços que eu mais tava prestando, conversar com o contador – e contar essa listinha de serviços pra ele – e ele foi encontrar no universo das pequenas empresas, uma empresa de Simples Nacional, quais eram as determinações que caberiam ali. Eu também fui conversar com as empresas para as quais eu mais prestava serviço – a Editora Abril, a Editora Globo – pra saber que tipo de empresas eles aceitavam no corpo de prestadores de serviço deles. [...] Então, desde o começo, juridicamente, o Cidades existe como uma empresa, mas essa empresa ela não tem um nome fantasia Cidades para Pessoas, o nome oficial é Natália Fontes Garcia ME – é uma microempresa. Principalmente, uma microempresa onde eu presto serviços, onde eu assino e presto os meus serviços. (GARCIA, 2017).

A formatação como microempresa permite a configuração de um corpo de funcionários para compor a equipe, que também se amplia nesta segunda etapa do Cidades para Pessoas: além da artista plástica Juliana Russo<sup>88</sup>, que desenvolveu a identidade visual do projeto em 2011 e manteve desde então colaborações no âmbito artístico da proposta – ilustrações, oficinas de desenho e também a criação e curadoria do projeto Sala Aberta (que será abordado mais a frente) –, entra em outubro de 2014 a publicitária Raffaella Pastore, que conhece a proposta por meio de uma oficina do laboratório CoCidades e é convidada por Natália para trabalhar no projeto, ocupando a função de produtora. Da mesma forma, o que motiva Raffaella a atuar no coletivo é

<sup>88</sup> Juliana Russo é artista plástica, desenhista e autora do livro *São Paulo Infinita*. Informação concedida pela equipe no site do projeto. Disponível em: <http://cidadesparapessoas.com/projeto/>. Acesso em: 5 ago 2017.

a busca por um espaço para pensar a cidade aliada à perspectiva de uma atuação profissional alternativa a sua formação profissional original:

Antes de trabalhar no Cidades, eu já tinha trabalhado na [revista] *Efêmero Concreto* [...] foi no comecinho da faculdade, tipo no segundo semestre, acho que isso – sei lá, **eu falo "ah, eu vou trabalhar com publicidade", porque eu queria experimentar o que era a faculdade que eu tava fazendo. Mas, àquela hora, eu já entendia que o que eu queria trabalhar era arte e cidade, e como a vida urbana, na verdade, é tudo.** Sempre pensei muito a cidade como esse espaço de trocas entre pessoas. Como a gente se reconhece muito no outro e, se a gente se possibilita olhar um no olho do outro, como a gente se entende mesmo e respeita também o nosso espaço. Então, eu fiquei bastante interessada nisso assim, na cidade como plataforma educativa. E aí pensar a cidade para pessoas tava muito nessa mesma linha, assim, da cidade como um lugar de afeto (PASTORE, 2016, grifo nosso).

A formação da equipe se completa dois anos depois, em 2016, com a entrada da arquiteta Marcela Arruda<sup>89</sup>, que conhece o projeto em uma edição do evento Brechas Urbanas (que será abordado em seguida). Ao longo de todo o período de operação, a empresa se financiou plenamente<sup>90</sup> e remunerou a equipe na modalidade de prestação de serviços (MEI).

Da mesma forma, se amplia nesta segunda etapa do projeto o lugar ocupado pelo jornalismo no Cidade para Pessoas: sobretudo na configuração final do coletivo, quando as principais atividades desenvolvidas são voltadas para a discussão e experimentação do conceito da cidade para pessoas, o jornalismo é utilizado por Natália como uma ferramenta de investigação da vida urbana que complementa

<sup>89</sup> Marcela Arruda é graduanda em arquitetura na Escola da Cidade e pesquisa intervenções urbanas coletivas e performances individuais. Informação concedida pela equipe no site do projeto. Disponível em: <http://cidadesparapessoas.com/projeto/>. Acesso em: 5 ago 2017.

<sup>90</sup> No ano de 2016 o faturamento do Cidades para Pessoas foi de R\$ 120.000,00.

a produção de projetos especiais, intervenções urbanas e eventos. Uma experiência importante nesse sentido no percurso do coletivo é o evento Brechas Urbanas, uma série de debates abertos ao público realizados em parceria com o Itaú Cultural em São Paulo, que foi a principal fonte de recursos do projeto no ano de 2016<sup>91</sup>. Realizada com apoio financeiro da instituição, a parceria foi fruto de um convite feito pelo setor de comunicação do Itaú Cultural, que buscava na época uma oportunidade de levar a questão urbana para a pauta da instituição, como relata Natália no trecho abaixo:

[...] em novembro de 2015, ela [Ana de Fátima, gerente de comunicação do Itaú Cultural] me ligou falando "ó, apareceu uma brecha na nossa programação, dia x, dezembro de 2015 [...] Vamos ver se a gente consegue botar de pé um projeto, alguma coisa? Eu não consigo te ajudar a planejar nada, mas você pode convidar dois artistas, a gente tem verba pra pagar esses artistas, vou ter uma verba pra te pagar" (era um valor razoável). "Você consegue botar alguma coisa de pé?". Aí eu falei "Tá, consigo". E aí, aqui, naquela época, trabalhávamos eu e a Rafaella [Pastore] só e a Ju [Juliana Russo], que também mora aqui em casa e que acaba trabalhando junto, enfim. E aí a gente, em algumas tardes de trabalho, chegou nesse desenho, nesse nome "Brechas Urbanas" e nesse desenho né, dois artistas, com um trabalho que tem algum diálogo entre si, com um tema (GARCIA, 2017).

A partir da edição-piloto realizada em dezembro de 2015 ficou definido o formato do evento que, por um lado, adotava características da produção jornalística, como apuração prévia dos temas abordados e roteirização da apresentação – aspectos que puderam ser percebidos na pesquisa, durante a observação em São Paulo –, mas tinha como essência uma abertura do que se faz tradicionalmente como jornalismo:

<sup>91</sup> Após janeiro de 2017, tendo em vista a suspensão das atividades do Cidades para Pessoas, o Brechas Urbanas foi assumido pelo jornalista Bruno Torturra. Além da edição piloto em dezembro de 2015, foram realizadas ao todo 10 edições do projeto em parceria com o coletivo ao longo do ano de 2016 e uma edição especial em 26 de janeiro de 2017.



[...] foi uma experiência muito interessante porque era um trabalho de curadoria, era um trabalho de preparar uma apresentação, então, envolve muito apuração jornalística e fechamento jornalístico. Envolve muitas ferramentas que eu já tinha, mas num formato e numa entrega muito novas. Esse projeto foi muito especial porque mais uma vez ele reforçou esse caminho que eu já vinha buscando que é o caminho de flexibilizar as entregas possíveis da ferramenta jornalismo. Não precisa ser uma reportagem, não precisa ser um texto publicado na grande imprensa, podem ser outras coisas. O jornalismo, enquanto ferramenta, pode oferecer uma infinidade de entregas e era muito isso que me interessava quando eu criei o Cidades para Pessoas, e é por isso eu prezo a cada projeto que a gente pega (GARCIA, 2017).

Entre os projetos especiais realizados pelo coletivo, um exemplo onde se destaca esse entendimento do jornalismo como uma ferramenta de investigação da vida urbana – assim como a atuação interdisciplinar do coletivo – é o projeto “Buenos Aires na Escala Humana”, um treinamento de comunicação desenvolvido para a prefeitura de Buenos Aires em setembro de 2016. O serviço consistiu em uma expedição da equipe ao longo de duas semanas, sendo a primeira para investigação da cidade e a segunda para aplicação do treinamento. Os detalhes desta experiência são relatados por Natália no trecho abaixo, onde enfatiza o fato de as demandas trabalhadas pelo coletivo serem bastante específicas:

Eles queriam entender melhor o conceito de escala humana e eles nos procuraram perguntando se a gente tinha algo pra oferecer nesse sentido. Aí a gente explicou: nós não somos exatamente uma consultoria, nós não somos gestoras, nem arquitetas, a Má [Marcela Arruda] até é arquiteta, mas a gente nunca implementou um projeto numa prefeitura. Mas o que a gente pode entregar é um treinamento de comunicação, a gente pode explicar o que esse termo significa, explicar ele de maneira complexa, baseadas numa investigação de Buenos Aires. Então, a gente propôs que a gente passasse uma semana na cidade investigando as coisas, entendendo as dinâmicas

da cidade, uma experiência bem de *user experience design*, sabe? Aí, a gente preparou uma grande apresentação pra eles com todos os conceitos que a gente estuda e pesquisa, mas vistos a partir do que emerge em Buenos Aires, vistos a partir do espaço urbano de Buenos Aires. E, depois, fizemos uma série de expedições pela cidade com as pessoas da Prefeitura. Então, esse trabalho ele envolveu conversar com o secretário de planejamento, entender melhor o que ele queria, explicar, o que a gente podia entregar, o que a gente não podia entregar. Ir refinando esse trabalho até a gente chegar num desenho de experiência e aí chegar lá encontrar todo o trabalho de produção, né. Então, a contratação foi um valor completo e a gente comprou passagem, decidi onde ficar, onde se hospedar<sup>92</sup>. A gente tinha todo um roteiro em planejamento pra investigar a cidade, pra produzir fotos, vídeos, áudios e transformar numa apresentação. E aí, teve a apresentação por si, as expedições e depois o fechamento desse material todo em alguns posts no site que relatam um pouco dessa história. Então, esse é um exemplo de um projeto especial que, não sei, talvez ele se repita, ele pode ser replicado, mas que é uma demanda específica, pontual, que a gente atendeu e que, enfim, que aconteceu. Então, meu trabalho ele tem aspectos que se repetem, mas tem aspectos que são sempre novos. E eu procuro cultivar um pouco essa fluidez nas atividades (GARCIA, 2016).

Além das atividades desenvolvidas para clientes diversos (como é o caso das parcerias e projetos abordados acima), o Cidades para Pessoas também conta com um eixo de produções independentes – como, por exemplo, a série Lugar Comum<sup>93</sup> – que acabam viabilizadas de forma indireta pelo faturamento dos serviços prestados: “A gente faz um pouco essa conta de usar os projetos que entram para pagar o básico, para nos dar o fôlego de inventar juntas o que a gente quiser inventar” (GARCIA, 2016).

<sup>92</sup> O valor da contratação completa do serviço incluindo gastos com deslocamento, hospedagem e alimentação foi de R\$ 27.825,00.

<sup>93</sup> Disponível em: . Acesso em: 5 ago 2017.

A sede do coletivo é a casa de Natália e Juliana e, além de um espaço de produção da equipe, foi também um espaço de diálogo com o público por meio do projeto Sala Aberta, que realizava periodicamente uma feira de artes. A dinâmica desse projeto é descrita por Raffaella no trecho abaixo:

A Sala Aberta consistia em abrir a sala da casa delas pra fazer uma exposição de arte. A Juliana coletava durante um tempo – sei lá, durante um mês, dois meses –, ela fazia curadoria de pequenas obras, só obras em pequenos formatos. Algumas exposições rolaram com temas, outras foram diversos. Por exemplo: o tema era cadernos, caderninhos de desenho, ela expunha tudo isso na sala, a cozinha fica aberta pra quem quiser – na cozinha, a gente faz alguma comida, serve bebidas e coisa assim. As obras têm um preço, mas vocês escolhe pagar quanto quiser. Da mesma forma, a comida na cozinha, também tem um preço, mas você também pode escolher pagar quanto você quiser. Depois, tudo isso acaba revertido pra gente se pagar (quem trabalhou). Normalmente, era de quinta a domingo, sendo que ou no sábado ou no domingo a gente fazia um grande dia de comida, chamava uma *chef*, alguém pra ajudar a gente a cozinhar mesmo (PASTORE, 2016).

A variedade de projetos desenvolvidos pelo coletivo faz com que não se identifique propriamente uma rotina geral do Cidades para Pessoas, como aponta Raffaella quando questionada sobre como funcionava este aspecto na sua participação “a rotina se mantém na verdade dentro de cada um dos projetos” (PASTORE, 2016). Da mesma forma, embora cada uma das quatro integrantes do coletivo tenha a primeira vista áreas de atuação específicas, devido a própria particularidade de cada formação profissional, de modo geral, não ficava estabelecida uma divisão de tarefas na produção associada diretamente a isso ou a outros fatores. No relato de Raffaella sobre a rotina de produção do Brechas Urbanas é possível identificar como funcionou, nesse caso, a dinâmica do coletivo em relação a esses aspectos (rotinas, divisão de tarefas e atribuição de papéis) e também aos processos de tomada de decisão:

A gente decidiu – foi uma coisa que foi acontecendo um pouco organicamente e depois se deu numa conversa que a gente teve recentemente – sobre quem ficaria com quais papéis dentro do Brechas Urbanas, parte de curadoria ficou com a Natália e com a Marcela, e eu ficaria com a parte de produção, que eu já fazia, e a parte de comunicação. Feito essa parte de curadoria, a gente escolheu então os artistas que vão entrar junto com a Nati [Natália Garcia] no Brechas Urbanas. Depois disso eu começava já a participar das reuniões pra colher os materiais e, já com esses materiais, todo dia eu vou pensando um pouco no que vai entrar na apresentação, o que é legal de fala, o que é legal de imagem, o que pode ficar bonito como composição. E aí, feita a composição das ideias, tal, eu mostrava isso pra Nati de novo, a gente ia pra uma outra reunião onde a Nati dava um pouco uma roteirizada, porque ela e a Marcela tem um olhar mais interessante de narrativa, então elas meio costuravam, davam uma olhada pra costurar direito o que eu já tinha colocado e aí continuava fazendo essa parte de navegação de experiência, que eu peguei pra fazer. Paralelamente a isso, cuidando com o Itaú [Cultural] da sala, se tá tudo certo, quais são os cabos que a gente precisa, que a gente não precisa, luz, microfone, essas coisas mais técnicas assim. E aí, o tempo vai passando, 15 dias pro evento faz a abertura do evento no Facebook e aí esses últimos 15 dias finais continua amarrando a apresentação, porque a gente já tá de olho no próximo, do mês seguinte. Basicamente, essa é a rotina do Brechas Urbanas.

#### **4.4 O sujeito e as estruturas: em busca de espaço para a subjetividade**

A interdisciplinaridade da proposta e o entendimento do jornalismo como uma ferramenta de investigação diferencia, de partida, o Cidades para Pessoas de forma significativa do modelo convencional e, também, de todas as outras experiências recentes no campo

jornalístico brasileiro de modo geral. A forma como se organiza o percurso desenvolvido, no entanto, se aproxima bastante do modelo convencional em alguns aspectos como o planejamento prévio, a preocupação com uma estruturação da proposta, a adoção da figura jurídica de empresa e a contratação de funcionários. Na perspectiva apresentada nas entrevistas, o jornalismo convencional não é alvo de uma crítica radical, como é comum nas iniciativas de mídia independente, mas sim de uma análise que pondera qualidades a esta prática e inclusive qualidades que contribuem na condução da experiência.

Embora a criação do Cidades para Pessoas se relacione a um esgotamento das rotinas convencionais, o jornalismo convencional não é de todo um referencial negativo para a jornalista, que atribui algumas qualidades de sua formação a esta experiência, como no trecho abaixo, quando se refere às suas experiências anteriores no portal Terra e na rádio Band FM:

Esses dois trabalhos, eles me ajudaram muito a lidar sob pressão, a manter a calma, manter a frieza, me concentrar num fechamento, no que eu tô fazendo. Tem dois minutos pra você terminar o que você tá escrevendo, imprimir, buscar na impressora e levar lá dentro. Você não pode se desesperar. [...] Depois do primeiro mês, que eu só chorava, quando eu me acostumei com esses ritmos, com essa redação frenética, eu adquiri um ritmo, uma qualidade de presença e uma potência de produção que foram super importantes (GARCIA, 2016).

Como prossegue Natália, por mais distinto que seja do modelo convencional, o Cidades para Pessoas se beneficia, ao longo da trajetória, com o aprendizado adquirido nessas experiências anteriores:

[...] o que a gente aprendeu muito com o jeito tradicional de trabalhar são as coisas do dia a dia mesmo, desde as coisas burocráticas. A gente teve que preparar a nossa empresa pra receber uma contratação internacional e um pagamento internacional no caso de Buenos Aires e o fato de a gente ter tido experiências tradicionais nos ajudou muito a ter esse jogo de cintura, essa praticidade [...] talvez até essa habilidade assim

de entender como é que [...] os nós burocráticos se desatam [...] (GARCIA, 2016).

Ainda assim, fica evidenciada uma tensão bastante forte entre o ideal buscado pela jornalista (de viajar, conhecer cidades do mundo), o seu olhar sobre o trabalho (de algo que deve ter espaço para que ocorra a inovação) e a realidade do jornalismo convencional. De forma específica, isso pode ser notado em menções pontuais a características do jornalismo convencional como a falta de espaço para criatividade e o trabalho interno em oposição a estar “na rua apurando, como sonhava quando fazia faculdade de jornalismo” (GARCIA, 2016). A busca por um jeito melhor de viver na cidade de São Paulo acabou conduzindo Natália a um outro jeito de viver também o jornalismo. E é interessante nesse sentido que para viver o que sonhava como uma realização na profissão, a jornalista precisa pedir demissão do seu local de trabalho e atuar de forma autônoma – ou seja, não havia espaço para realização desse ideal no âmbito da sua experiência no jornalismo convencional.

Da mesma forma, uma vez formatada a proposta inicial do projeto, não há espaço para que ela seja viabilizada por meio de parcerias com o jornalismo convencional – e nessa situação, embora não fique dito desta forma no relato de Natália, os dois motivos citados para as negativas se relacionam, na verdade, ao aspecto econômico, já que a menção ao interesse público parece se tratar mais de um interesse da audiência, no sentido da necessidade de se atender a um público amplo para que a pauta seja atraente, o interesse público no tema em si já se justificava na época e fica confirmado em seguida com o prestígio alcançado pelo trabalho do coletivo. Desta forma, fica subentendido um conflito entre a expectativa da jornalista a respeito da profissão e as possibilidades oferecidas no modelo convencional em um momento – mais especificamente, o conflito entre o jornalismo de rua ou o chamado “jornalismo sentado”, em alusão a produção que acontece de forma mais burocrática de dentro da redação, sem contato direto com os fenômenos e fontes.

O conflito que se destaca, no entanto, a partir das percepções discutidas nas entrevistas vai um pouco além desta questão da burocratização da produção jornalística e aponta para a subjetividade dos indivíduos diante das instituições. A dimensão da subjetividade aparece quando Natália fala a respeito da crise que vivia no momento

que precede a criação do projeto<sup>94</sup> e se coloca de forma bastante intensa, por exemplo, no trecho abaixo quando Natália afirma que o que une as integrantes em torno da proposta é uma busca por liberdade frente ao que considera um aprisionamento causado pelas estruturas convencionais:

Eu sinto que o que nos une no Cidades para Pessoas é um propósito de vida em comum: todas nós queremos viver de maneira verdadeira, de acordo com os nossos dons e talentos, e queremos cultivar essa liberdade. Todas nós temos em comum essa vontade de não construir uma estrutura rígida que nos aprisione. E todas nós temos em comum experiências de aprisionamentos em outros lugares – em outros trabalhos, em universidades. **Todas nós temos em comum essa experiência de ter passado por sistemas que de alguma forma deformam ou deformaram quem a gente era em algum momento** (GARCIA, 2016, grifo nosso).

Na avaliação de Raffaella sobre o diferencial da organização do coletivo em relação ao modelo convencional, esse conflito também fica colocado na ideia de um espaço maior para o reconhecimento dos sujeitos nas relações independentemente das funções de trabalho:

Eu acho que uma grande diferença então dos modelos tradicionais de instituição pro que a gente tem é principalmente você conseguir olhar pro outro e entender que aquela pessoa tá do teu

<sup>94</sup> Em outro trecho da entrevista semelhante ao citado anteriormente, Natália aborda de forma mais direta os aspectos da sua vida pessoal na crise: “[...] antes de ter a ideia do Cidades, o que aconteceu pessoalmente comigo foi que eu percebi que tava vivendo uma vida que não queria estar vivendo. Eu tive um *insight*, eu tava no trânsito, indo pro trabalho numa manhã – talvez de segunda-feira, já não lembro – mas tava lá, parada, na marginal Pinheiros, e eu tava muito infeliz. Tava muito infeliz porque eu demorava muito tempo pra me deslocar pros lugares, eu pegava muito trânsito todo dia, eu tinha percorrido muitas etapas do que se considera uma vida bem-sucedida classicamente – tava numa faculdade muito boa, num emprego na Editora Abril, tinha um carro, morava numa casa própria – mas eu tava muito infeliz, tava com problemas sérios de saúde. Ali eu percebi, eu decidi, que tinha que ter um jeito melhor de viver na minha cidade (GARCIA, 2017)”.

lado com sonhos, aspirações e vontades, inclusive potencialidades. Então, como que a gente pode, no nosso dia a dia, estimular essa pessoa a trazer todas essas coisas pra fora. [...] Eu acho que a gente tem muito isso na nossa troca, talvez isso acho que é uma coisa que eu levaria pra instituição [convencional]: **mais reconhecimento dos seres que tão ali do lado do que das funções**. Eu não sei se é coisa muito de paulista pensar isso, porque, a gente, quando conhece uma pessoa pergunta "e aí, como cê chama? O que você faz?". É a segunda pergunta que você faz pra pessoa! "O que cê faz, onde cê trabalha?". E, tipo, sei lá... por acaso, eu trabalho com algo que me move e que eu amo. Mas, meu, e se não?! E aí, o mais legal é a gente falar sobre os nossos prazeres, [...] sobre o que é mais essencial da vida. Às vezes, a gente deixa disso por funções (PASTORE, 2016, grifo nosso).

A busca por uma estrutura maleável é central no percurso do coletivo e é também o aspecto que conduz, em parte, à decisão de suspender a operação da empresa em 2017. Da mesma forma que a origem do projeto, essa decisão é atribuída por Natália a uma crise pessoal, que dessa vez passa pela sobrecarga de tarefas implicadas no seu papel de liderança no projeto: “[...] eu fui chegando num lugar muito parecido com aquele lugar inicial, em que era um número enorme de demandas, eu dava um número enorme de entrevistas todo dia, me envolvi num número enorme de projetos [...]” (GARCIA, 2017). Como prossegue Natália a respeito desta questão e, depois, ao retomar o tema em outro trecho da entrevista, o desgaste também se relaciona ao capital adquirido por ela como uma especialista no tema e a necessidade de um retorno ao lugar do jornalismo, que vem na forma de um livro no qual passa a trabalhar após a suspensão da operação do Cidades para Pessoas:

Tudo bem, agora eu tava trabalhando a partir da minha verdade, a partir da minha pesquisa, isso tudo era muito bom. Mas essa roupa de especialista, essa coisa de ficar reproduzindo de certa maneira tudo que eu aprendi ao longo da viagem de pesquisa do Cidades para Pessoas – né, eu fui reproduzindo, fui repetindo de várias maneiras, com vários ângulos, com vários olhares



–, esses aprendizados todos, que foram muito importantes, que foram muito ricos, mas eu percebi que eu tava quase que ficando meio que obcecada por essas teorias, por essas ideias. E eu não tava mais me surpreendendo no meu trabalho, eu não tava mais aprendendo coisas novas, eu não tinha mais espaço pra aprender coisas novas. Em paralelo a isso, desde 2014 que eu tinha muita vontade de consolidar esses aprendizados num livro, mas eu nunca conseguia de fato escrever esse livro, nunca conseguia priorizar isso no meu tempo.

[...] eu sinto que foi muito interessante explorar esses limites do jornalismo entender até onde ele vai, em alguns momentos cair mesmo do abismo, em alguns momentos realmente sair um pouco e entender que é pra cá que eu quero voltar. É pra esse tipo de ferramenta de organização da realidade, que o jornalismo pode ser, que eu quero voltar no fim das contas. Esse livro é um esforço de reportagem, é um esforço de consolidar numa publicação essa trajetória e essas descobertas. Então, [...] eu sinto que é um retorno pro jornalismo, no fim das contas. **Era a busca do jornalismo que me fez sair de uma grande editora, é a busca do jornalismo que me faz renunciar um projeto consolidado e que dá certo e que dá lucro** (GARCIA, 2017, grifo nosso).

Embora seja dita pela jornalista como uma questão pessoal e não propriamente estrutural, é possível pensar que uma estrutura operacional mais robusta talvez afetasse a situação em que se chega na medida em que possibilitasse outras formas de distribuição das demandas. Por outro lado, o fato de a iniciativa ter desde o seu início a dimensão de um projeto pessoal, que se torna uma empresa “por acidente” como brinca Natália, parece determinar esse efeito da necessidade de uma reconfiguração. Nesse sentido, a decisão de encerrar o ciclo com a produção do livro – um esforço de reportagem, e assim, um retorno ao jornalismo – pode abrir espaço para a configuração de uma nova estrutura em uma eventual retomada do projeto, já que o

ponto de partida seria um trabalho já consolidado e com um propósito mais coletivo do que pessoal.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta de pesquisa que foi desenvolvida na dissertação surge de uma inquietação a respeito das diferentes formas que existem para se fazer – e, também, para se pensar – o jornalismo. Ou seja, as diferentes perspectivas que podem ser traçadas em relação à prática e em relação às elaborações a respeito dessa prática. Essa inquietação está inscrita na questão *como fazer um jornalismo diferente?*, que foi nosso ponto de partida para pensar o tema da pesquisa.

A forma predominante de se fazer jornalismo (e, de modo geral, a mais estudada) é aquela que foi estabelecida pelo jornalismo liberal. Esse modelo surge junto com o capitalismo, se altera e sofre diversas transformações no tempo, mas mantém sempre como características primordiais da sua organização a propriedade privada e a hierarquização da produção por meio de rotinas específicas da atividade, como abordamos no segundo capítulo da dissertação.

Essa forma predominante de se fazer jornalismo, a qual nos referimos ao longo da dissertação como *jornalismo convencional*, pode ser identificada em diferentes instituições jornalísticas, inclusive aquelas com outras características de propriedade, como é o caso, por exemplo, do jornalismo público que se desenvolveu de forma paralela ao modelo liberal. Da mesma forma, grandes corporações, empresas regionais e mesmo veículos locais de pequeno porte, têm em comum o fato de adotarem esse mesmo modo de fazer jornalismo.

Em contraponto ao jornalismo que se estabeleceu de modo convencional, sempre houve experiências que buscavam, em maior ou menor grau, algum tipo de diferenciação. Essas experiências vêm ganhando mais expressão principalmente no contexto recente, que é marcado por uma crise no modelo de negócios do jornalismo em geral e também por um questionamento da sua legitimidade – este sim, aparentemente mais dirigido à grande mídia.

Desta forma, a dissertação se propôs contextualizar, no caso brasileiro, a atuação dessas experiências, que por sua vez optamos por denominar *novas experiências de jornalismo*, entendendo que, de modo semelhante, as expressões geralmente aplicadas a esse tipo de iniciativa – jornalismo independente, jornalismo alternativo, mídia radical, mídia contra-hegemônica – também não dão conta de toda a variedade de propostas que compõe esse quadro atualmente e com as quais optamos por trabalhar como objeto empírico da pesquisa.

A escolha pelo referencial teórico da Teoria dos Campos Sociais de Pierre Bourdieu se amparou, principalmente, na perspectiva de que

existe um conflito implícito entre essas diferentes formas de se fazer jornalismo e que tal conflito se acentua na medida em que uma ou outra forma perde ou ganha mais expressão na sociedade. Quando fala em “campo social”, Bourdieu se refere ao espaço social e, mais especificamente, aos conflitos que constituem este espaço, que é entendido pelo autor como um espaço de lutas constantes entre posições dominantes e dominadas. Perspectiva que discutimos na dissertação a partir das suas considerações a respeito dos conflitos que caracterizam os campos de produção cultural – onde se insere o jornalismo, e, portanto, também dos conflitos específicos do campo jornalístico. Para Bourdieu (1997, p.76), a particularidade do campo jornalístico é justamente o fato de ele ser “muito mais dependente das forças externas do que todos os outros campos da produção cultural”. Na sua concepção, a lógica comercial da atividade jornalística é uma dessas forças e também o princípio que estabelece as lutas pela legitimação no campo.

Pensar as tensões entre o alternativo e o convencional no campo jornalístico brasileiro neste momento nos fornece novas perspectivas para refletir a respeito das forças e lutas em ação no campo atualmente. Se no contexto em que Bourdieu estudou a televisão francesa na década de 1990 os jornalistas estavam, como afirma o autor, distantes de uma resistência coletiva ou individual aos constrangimentos gerados pelas tensões da profissão, quase 30 anos depois, no cenário atual, a perspectiva da resignação profissional parece dar lugar a um contexto mais expressivo de tentativas de superação da forma como o jornalismo se estabeleceu de forma dominante no campo.

A busca dos agentes por novas formas de organizar e financiar a atividade é significativa nesse processo e entra como mais um fator que evidencia um esgotamento do modelo desenvolvido de modo convencional pelo jornalismo para estruturar a atividade. Nossa perspectiva ao final da dissertação é de que essa resistência sempre esteve presente no campo de forma marginalizada, nas diversas outras formas de se fazer e pensar o jornalismo, e ganha força de modo especial quando se torna mais possível aos agentes serem eles próprios “donos do seu fazer jornalístico” algo que não era tão perceptível no horizonte antes da conjuntura da internet e da democratização do acesso às tecnologias digitais.

Portanto, o questionamento das estruturas tradicionais de organização e financiamento no campo e a configuração de um conflito entre velhas e novas formas de se fazer jornalismo se mostram, por um lado, relacionados a um aspecto geracional – a chegada de novos agentes

no campo – e, por outro, a uma conjuntura mais ampla de transformações da sociedade, do jornalismo e, também, da atuação das organizações jornalísticas na sociedade.

Pensando o contexto brasileiro, esses aspectos se mostram em cena de modo especial no processo vivido com as Jornadas de Junho em 2013: se misturam ali a efervescência do tema da cidade como uma questão social, o indício de um expoente de outros formatos – e também papéis, com destaque para o ativismo – atribuídos ao jornalismo e o encontro com uma limitação das organizações convencionais para abordar a demanda por transformações sociais que se colocava<sup>95</sup>. Uma relação que aparece nas temáticas de muitas das iniciativas que surgem a partir dos anos seguintes e, de forma especial nos estudos de caso da pesquisa, onde o interesse em promover o debate ou o engajamento em torno da questão da cidade atuou como um aspecto estruturante das propostas – na Vaidapé, pela articulação de uma rede ampla de pessoas para compor o coletivo e, no Cidades para Pessoas, pela articulação da parceria que daria origem ao Brechas Urbanas, por exemplo.

As novas experiências de jornalismo no Brasil surgem de um contexto de democratização, mas não há garantia de que esse efeito – de uma democratização da comunicação – se estabeleça no campo caso não haja a implementação de políticas sólidas e perenes voltadas para o apoio e regulamentação das mesmas, uma vez que de acordo com o levantamento realizado pela pesquisa a maioria delas ainda não apresenta modelos consolidados de organização e financiamento. A incidência de empresas e do uso da publicidade como recurso para o financiamento, assim como os movimentos observados nos estudos de caso, indicam que não há necessariamente uma recusa completa das novas iniciativas quanto ao financiamento das atividades em si (como

<sup>95</sup> Isso não significa dizer que as mesmas estejam fadadas a não conseguir fazê-lo. A respeito desse aspecto, é importante ressaltar que essa limitação não nos parece de todo intrínseca ao jornalismo convencional, que em outros momentos históricos se destacou por denunciar a realidade social brasileira e se posicionar a favor da sua transformação. A impressão que temos nesse sentido é que essa limitação se agrava na medida em que a crise do modelo de negócios torna os veículos mais dependentes do poder econômico (que, no contexto brasileiro, é muito misturado ao poder político) e que, como em outros momentos de crise no país (seja ela econômica ou política), o alinhamento aos interesses das elites é para essas organizações uma tática de sobrevivência no campo – fica deslocado, desta forma, o ideal do jornalismo como uma ferramenta que busca promover a democracia para uma ferramenta que visa à manutenção da ordem estabelecida.

costuma ser o caso nas referências de mídia independente e radical). Desta forma, as dificuldades nesse sentido parecem se dever, sobretudo, à falta de uma estrutura compatível com as novas iniciativas, que não encontraram respaldo para suas propostas nas estruturas convencionais do campo, como sinalizam os relatos dos estudos de caso e também os dados coletados na amostra de projetos criados entre 2013 e 2015 no Brasil.

Fica sinalizada, assim, a necessidade de se avançar na pergunta de “como se financiam?” – que perpassa o problema apresentado na pesquisa e também os debates sobre o tema atualmente, de modo geral assumindo nestes um tom de destituição da legitimidade dos projetos que decorre da ideia de que se não se financiam completamente, as práticas ali desenvolvidas não possuem validade para o campo – para “como *podem* se financiar?” as novas experiências de jornalismo<sup>96</sup>. Caso não haja um investimento nessa direção, por meio da discussão, do desenvolvimento e da aplicação de políticas de fomento para os mesmos, por exemplo, parece eminente o risco de que boa parte deles simplesmente não sobreviva<sup>97</sup>. Parecem correr um risco especial nesse sentido iniciativas locais e periféricas cujas propostas não dialogam com outros campos, já que muitas das alternativas adotadas pelos projetos que se financiam de forma parcial ou integral passam por um diálogo com o campo artístico ou com outros nichos específicos, fator que favorece que sejam contemplados em parcerias ou editais nas respectivas áreas.

O olhar específico para os estudos de caso da pesquisa, os coletivos Revista Vaidapé e Cidades para Pessoas, corrobora a ideia de um deslocamento da busca de espaço por narrativas alternativas para a busca por estruturas alternativas. Embora formatos alternativos de organização pareçam em certa medida intrínsecos a toda proposta que busque se diferenciar da prática dominante no campo, no contexto pesquisado essa busca se mostra mais atrelado a aspectos da

<sup>96</sup> Vemos, neste aspecto, uma pergunta comum ao campo como um todo, já que a questão do financiamento também é uma incógnita que ronda o jornalismo convencional neste momento. A ideia de que este modelo se financia é passível de questionamento se levado em conta que cada vez mais a manutenção da operação das organizações se dá a custo da precarização do trabalho nas redações.

<sup>97</sup> Um indício que aponta para esse quadro foi observado na fase exploratória da pesquisa, quando se verificou casos pontuais de projetos criados recentemente que constavam no Mapa do Jornalismo Independente e tiveram a operação encerrada na seqüência.

organização do campo – um conflito interno, portanto – do que a disputas com os campos político e econômico, como costuma ficar demarcado nas experiências alternativas que se destacam na história do jornalismo brasileiro. É evidente que se trata, sempre, de uma disputa por narrativas em última instância, mas nossa impressão em relação ao universo pesquisado é que se destaca a ideia de que a chegada em outras narrativas passa necessariamente por outras formas de estruturar a atividade e, para além disso, outras concepções do que cabe ao jornalismo e de quais são as fronteiras dessa atuação.

A perspectiva de abordar os estudos de caso da pesquisa a partir das suas diferenças e semelhanças com o modelo convencional vinha da preocupação de que os projetos independentes não necessariamente representariam um rompimento com o mesmo. A análise desenvolvida evidencia em parte o pressuposto com a qual trabalhávamos no início da pesquisa, de que os projetos observados repetiriam, inevitavelmente, alguns aspectos do modelo de organização convencional, mas avança um pouco na perspectiva que se tinha naquele momento. Essa reprodução, quando identificada, se mostrou relacionada a uma dinâmica bastante particular: algumas aproximações observadas (por exemplo, o reconhecimento de necessidade de admitir o estabelecimento de funções e divisão de tarefas) indicaram um amadurecimento das iniciativas, uma mudança de comportamento que decorre da autocrítica do percurso desenvolvido pelos coletivos, ao passo que os distanciamentos radicais (como a própria insistência em um funcionamento orgânico em detrimento de se estabelecer funções) se mostraram reprodutores de aspectos negativos atribuídos ao modelo convencional, como o autoritarismo, a falta de abertura e a sobrecarga de trabalho.

Mesmo sem reproduzir intencionalmente o modo de organização convencional, cada um dos coletivos gera, na forma como se estrutura, tensões equivalentes aos aspectos que são objeto de crítica no modelo convencional. Ou, ainda, tensões distintas, relacionadas às lutas que se configuram de modo particular nas respectivas estruturas. E não poderia ser diferente sendo o espaço social um espaço de lutas, conflitos e negociações constantes entre forças opostas, como situa Bourdieu. Não se trata então de estigmatizar os coletivos pesquisados (e, muito menos, as iniciativas desse tipo no geral) como espaços de uma determinada disputa ou problema, mas reconhecer nesse olhar para as tensões as possibilidades de mudança no jornalismo, seja no âmbito deste subcampo alternativo ou do campo em geral. Assim, a percepção de que, paradoxalmente, os movimentos de distanciamento dos coletivos

eventualmente os fazem chegar aos mesmos problemas do modelo convencional não deve ser lida como uma interpretação fatalista de que não há, então, uma solução para lidar com os constrangimentos que derivam da forma de organização e financiamento estabelecida de forma dominante no campo, mas evidencia que a negação completa do modelo convencional, por outro lado, ainda não parece ser solução.

Um caminho alternativo nessa direção poderia ser partir do convencional não como alvo de confronto direto, mas como uma referência para adaptação pontual guiada pelas mudanças que se almeja. Esta, no entanto, é uma resposta pragmática para a situação que se coloca e pode ser mais um ponto de partida para se pensar a questão em outros recortes de pesquisa do que um ponto de chegada desta dissertação. Em contraponto a ela, temos também a impressão de que a postura de negação completa talvez seja um estágio inevitável em qualquer contexto que se pretenda uma transformação do campo – a ideia de uma revolução, onde se destitui o velho para plantar no mesmo terreno o novo, que ali vai crescer e talvez passar pelas mesmas situações, mas com uma estrutura própria.

Quanto às lutas pela legitimação no campo, o percurso das experiências estudadas coloca em xeque o processo de profissionalização desenvolvido no jornalismo brasileiro e talvez seja esse o principal conflito que se evidencia no campo jornalístico brasileiro neste momento<sup>98</sup>. Tendo em vista o fato de que este processo ocorreu principalmente no âmbito do jornalismo comercial, que por sua vez se estabelece no campo a partir de uma relação muito próxima às elites políticas e econômicas do país, o desvio da profissionalização – ou seja, do fechamento do campo – parece ser o caminho encontrado pelas iniciativas para a execução de uma prática alternativa. No movimento de abertura em favor da associação a outros campos, que é típica do início da atividade quando o jornalismo era exercido por profissionais de formações diversas, a saída encontrada é pelo campo artístico, que antes de ser a estrutura que se mostra capaz de acolher o que se almeja, parece a influência que inspira os movimentos que originam as propostas, seja pela adoção de formatos que flertam com expressões artísticas, seja pelo entendimento do próprio jornalismo como uma forma de arte, no sentido de uma prática constituída por uma essência não-comercial e dotada de

<sup>98</sup> Reforça o conflito a perspectiva de que este processo não foi completado, ainda que se expresse uma trajetória bastante expressiva nessa direção com a criação de associações profissionais, representações sindicais, cursos superiores, assessorias de imprensa e o jornal como mercadoria/empresa.



autoria (e da conseqüente liberdade criativa e produtiva que seria intrínseca a esta noção)<sup>99</sup>.

Por fim, pensar as possibilidades de transformação no jornalismo a partir dos conflitos e movimentos que se evidenciam, deve levar em conta que um dos pressupostos da concepção de campo social é que os campos tendem à permanência mais que à mudança. Uma tendência possível, portanto, é que o jornalismo convencional, que é a prática dominante no campo, continue se sobrepondo às outras formas de se fazer jornalismo e que o faça incorporando aspectos das novas experiências. O que, à primeira vista, pode soar desapontador, reforça a importância da atuação de tais iniciativas que mesmo sem atingir a posição dominante no campo têm o poder de transformá-lo, ainda que indiretamente, na medida em que ocupam elas também o lugar de uma referência de embate para o modelo convencional.

<sup>99</sup> Tal entendimento se associa também à ideia de um retorno ao jornalismo em seu estado original, ou, mais precisamente, aos princípios fundamentais da prática.



## REFERÊNCIAS

- ADGHIRNI, Zélia; PEREIRA, Fábio Henrique. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, p. 38-57, jan/jun 2011.
- ALVES, Filipe. **Fundações Jornalísticas**: em busca de um novo modelo de negócio para a Imprensa. Coimbra: Almedina, 2014.
- ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos. Tradução Ada Felix. **Revista de Jornalismo da ESPM**, São Paulo, ano 2, n 5, p. 30 – 89, 2013.
- ANDERSON, CW.. **Beyond journalism in the present tense**. Cambridge, 2014. Disponível em: <>. Acesso em: 16 mar 2017.
- ATTON, Chris. **Alternative Media**. London: Sage, 2002.
- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**. 5. ed., rev. e aum. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- BARROS FILHO, Clóvis; MARTINO, Luís. **O habitus na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.
- BASTIN, G. The paria paradox. towards a weberian understanding of modern journalism. **Max Weber Studies**, n.13, v.2, 2013.
- BENSON, Rodney; NEVEU, Erik(Orgs.). **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005.
- BENSON, Rodney. **Institutional Forms of Media Ownership and Their Modes of Power**. In.: EIDE, Martin; SJOVAAG, Helle;LARSEN, Leif Ove (Orgs.). Bristol, Chicago: Intellect, 2016.
- BERGER, Christa. **Campos em confronto**: a terra e o texto. 2 ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.
- BITTENCOURT, Maria Aquino. A midiaticização do ativismo nas coberturas do G1 e do Mídia Ninja. **Comunicação, Mídia e Consumo** (São Paulo. Impresso), v. 11, p. 85-103, 2014.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

\_\_\_\_\_. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

\_\_\_\_\_. **Sobre a televisão** – seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

\_\_\_\_\_. The Political Field, the Social Field, and the Journalistic Field. In.: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005.

\_\_\_\_\_. **A distinção: crítica social do julgamento**. 2 ed. rev. Porto Alegre: Zouk, 2015a.

\_\_\_\_\_. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. 3 ed. Porto Alegre: Zouk, 2015b.

BREED, Warren. Controle social da redação: uma análise funcional In.: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, teorias e estórias**. [s.l.] Vega, 1993.

CAGÉ, Júlia. **Salvar os media: capitalismo, financiamento participativo e democracia**. Lisboa: Temas e debates, 2016.

CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean de. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2016.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade: para uma ética da informação**. Lisboa: Instituto Piaget, 1999

DINES, Alberto. **O papel do jornal: uma releitura**. 4a ed., ampl. e atualizada. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

DOWNING, John. **Radical Media: rebellious communication and social movements**. Thousand Oaks: Sage, 2001.

FERREIRA, Vinícius. **Entrevista XII – Vaidapé**. [nov 2017]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. São Paulo, 2017. 1 arquivo .wav (62 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

FONSECA, Virgínia. Capitalismo e novas tecnologias na indústria de notícias. **Líbero**, [s.l.], ano ix, n 18, p. 49-61, dez 2006.

ECLÉCIO NETO, Ubirajara. **Entrevista VI – Vaidapé** . [nov 2016]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. São Paulo, 2016. 1 arquivo .wav (26 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

FUCHS, Christian; SANDOVAL, Marisol. **Towards a critical theory of alternative media**. Disponível em: . Acesso em: 17 fev 2010.

GANDOLFO, Henrique. **Entrevista I – Vaidapé**. [nov 2016]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. São Paulo, 2016. 1 arquivo .wav (30 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

GARCIA, José Luís. Introdução ao estudo dos jornalistas portugueses: Os jornalistas e as contradições do capitalismo jornalístico no limiar do século XXI. In: GARCIA, José Luís. (Org.). **Estudos sobre os jornalistas portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI**. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2009.

GARCIA, Natália. **Entrevista I – Cidades para Pessoas**. [dez 2016]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. São Paulo, 2016. 1 arquivo .wav (41 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

GARCIA, Natália. **Entrevista III – Cidades para Pessoas**. [fev 2017]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. Videoconferência, 2017. 1 arquivo .wav (38 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

GIRARDI JÚNIOR, Liráucio. **Pierre Bourdieu**: questões de Sociologia e Comunicação. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2007.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley Celi Moreira. **Comunicação e democracia**: problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008

GUIMARAES, Lara Linhalis. **Uma Invenção de Jornalismo: ninjas, xamãs e outras perspectivas**. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2009.

HARVEY, David. A liberdade da cidade. In.: VAINER, Carlos B. et al. **Cidades rebeldes: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2013.

IGLÉCIO, Patrícia. **Entrevista IV – Vaidapé** . [nov 2016]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. São Paulo, 2016. 1 arquivo .wav (45 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

INTERVOZES – COLETIVO BRASIL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Vozes Silenciadas: mídia e protestos**. São Paulo, 2014. Disponível em: . Acesso em: 25 maio 2016.

JORNALISMO profissional de qualidade tem um futuro de crescente relevância, diz novo presidente da ANJ. Disponível em: <>. Acesso em 21 abr 2017.

JORNALISMO profissional é antídoto para notícia falsa e intolerância. Disponível em:<>. Acesso em: 20 abr 2016.

JORNALISMO profissional em tempos de crise. Disponível em: <>. Acesso em: 21 abr 2017.

KARPPINEN, Kari; MOE, Halvard. What we talk about when talk about “media independence”. **Javnost: The Public**, Vol. 23, No. 2, p. 105–119, 2016. Disponível em: . Acesso em: 13 mar 2017.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **The elements of journalism: what news people should know and the public should expect**. New York: Three Rivers, 2007.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários**. 2 ed. rev. e ampl. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 4ª ed. rev. e ampl. Série Jornalismo a Rigor, Vol. 5. Florianópolis: Insular, 2012.

LAGO, Cláudia. Pierre Bourdieu algumas lições para o Campo da Comunicação. **InTexto** (UFRGS. Online), v. 1, p. 728-744, 2015.

LIMA, Venício A. de. Mídia, rebeldia urbana e crise de representação. In.: VAINER, Carlos B. et al. **Cidades rebeldes**: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil. São Paulo: Boitempo, 2013.

LOPES, Thiago Gabriel. **Entrevista II – Vaidapé** . [nov 2016]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. São Paulo, 2016. 1 arquivo .wav (67 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

LÜDTKE, Sérgio. **Empreendimentos digitais do jornalismo brasileiro**. Disponível em: . Acesso em: 25 maio 2016.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista**: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria. São Paulo: Paulus, 2009.

MEDINA, Cremilda. **Notícia: um produto à venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. 2. ed. São Paulo: Summus, 1988.

MELO, José Marques de. **Comunicação**: direito a informação. São Paulo: Papyrus, 1986.

MELO, José Marques de. **História do jornalismo**: itinerário crítico, mosaico contextual. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2012.

MIANI, Rozinaldo. Os pressupostos teóricos da comunicação comunitária e sua condição de alternativa política ao monopólio midiático. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, v.2, n.25, p. 221 - 233, dez. 2011.

MIRANDA, João. **Entrevista VIII – Vaidapé** . [nov 2016]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva, São Paulo, 2016. 2 arquivos .wav (58 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

MIRILLI, Pedro Paulo. **Entrevista XIII – Vaidapé** [fev 2017]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. Áudioconferência, 2017. 1 arquivo .wav (41 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MOTTA, Luiz Gonzaga (Org.). **Imprensa e poder**. Brasília, DF: Ed. da UNB; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

MOTORYN, Paulo. **Entrevista XI – Vaidapé**. [nov 2017]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. São Paulo, 2017. 1 arquivo .wav (73 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

NAPCHAN, André. **Entrevista III – Vaidapé**. [nov 2016]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. São Paulo, 2016. 1 arquivo .wav (44 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

ORTIZ, Renato (Org.). **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983. (Coleção Grandes Cientistas Sociais, 39).

PASTORE, Raffaella. **Entrevista II – Cidades para Pessoas**. [dez 2016]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. São Paulo, 2016. 1 arquivo .wav (38 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 17, p. 131-146, jun. 2009.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In.: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudio. **História do jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.



SALLES, Iuri. **Entrevista XIV – Vaidapé**. [abr 2017]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. Áudioconferência, 2017. 1 arquivo .wav (30 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

SANTOS, Victor. **Entrevista IX – Vaidapé**. [nov 2017]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. São Paulo, 2017. 1 arquivo .wav (48 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação

SCHWAAB et al. *Agência Pública e Repórter Brasil*: narrativas não hegemônicas sobre o contemporâneo. In: Encontro Nacional de História da Mídia; 30 maio de 2013 a 1º jun 2013, Ouro Preto. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-alternativa/agencia-publica-e-reporter-brasil-narrativas-nao-hegemonicas-sobre-o-contemporaneo>. Acesso em: 22 abr. 2014.

SERRA, Paula. **Entrevista V – Vaidapé**. [nov 2016]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. São Paulo, 2016. 1 arquivo .wav (37 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

SERRANO, Pascual. **La prensa ha muerto: viva la prensa!**: de cómo la crisis trae medios más libres. Península: Barcelona, 2014.

SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim. Teoria do *gatekeeping*: seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

SCHUDSON, Michael. Autonomy from what?. In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O adiantado da hora**: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro. São Paulo: Summus, 1991

SILVA, Mariana da Rosa. Situando experiências recentes de jornalismo alternativo no Brasil a partir da teoria dos campos sociais de Bourdieu. In: Encontro Regional Sul de História da Mídia, 6., 2016, Ponta Grossa. **Anais...** Ponta Grossa: UEPG, 2016. CD-ROM.

SILVA, Márcia Veiga da. **Masculino, o gênero do jornalismo**: modos de produção. Florianópolis: Insular, 2014.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: GRAAL, 1977.

SOLOSKI, John. O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, teorias e estórias**. [s.l.] Vega, 1993.

SOUZA, Isadora. **Entrevista X – Vaidapé**. [nov 2016]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. São Paulo, 2016. 1 arquivo .wav (15 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

TAVARES, Elaine. **Em busca da utopia**: os caminhos da reportagem no Brasil dos anos 50 aos anos 90. Florianópolis: Pobres e Nojentas, 2011.

TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, teorias e estórias**. [s.l.] Vega, 1993.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, teorias e estórias**. [s.l.] Vega, 1993.

VIANA, Natália. O jornalismo na era dos creative commons. **IHU Online**, 28 jan. 2014. Entrevista concedida a Andriolli Costa. Disponível em: . Acesso em: 4 out 2016.

VIEGAS, Janaína. **Entrevista VII – Vaidapé** . [nov 2016]. Entrevistadora: Mariana da Rosa Silva. São Paulo, 2016. 1 arquivo .wav (31 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C da dissertação.

WHITE, David M. O *gatekeeper*: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, teorias e estórias**. [s.l.] Vega, 1993.

WOITOWICZ, Karina Janz. Diálogos entre folkcomunicação e mídia alternativa: um passeio teórico pelas formas de comunicação dos grupos marginalizados. **Razón y Palabra**, v. 3, p. 1-15, 2011.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 5. ed. Lisboa: Presença, 1999.

XAVIER, Aline Cristina Rodrigues. **Agência Pública**: espaços, atores, práticas e processos em reconfiguração na produção de investigações. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação – Universidade de Brasília, Brasília, 2015).

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.



**APÊNDICE A – Questionário sobre organização e financiamento  
em iniciativas criadas entre 2013 e 2015 no Brasil**

## **Pesquisa "Alternativa a quê? Organização e produção nas novas experiências de jornalismo"**

Este formulário visa a recolher dados para a dissertação de mestrado "Alternativa a quê? Organização e produção nas novas experiências de jornalismo", de Mariana da Rosa Silva, com orientação do Prof. Dr. Rogério Christofoletti, no Programa de PósGraduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. A participação nesta pesquisa é um ato voluntário e não implica recebimento de qualquer quantia financeira. Os dados coletados serão usados apenas para fins científicos acadêmicos, e a autora se compromete a dar retorno dos resultados finais, assim que concluído o estudo.

Caso os participantes queiram entrar em contato, enviar email para [rosasilva.mariana@gmail.com](mailto:rosasilva.mariana@gmail.com).

### Identificação

1. Nome do projeto ou iniciativa jornalística \*

2. URL \*

*Informe aqui o link da homepage do projeto ou, caso não haja site próprio, da plataforma mais utilizada para publicação dos conteúdos (exemplo: Medium, YouTube, Facebook, etc).*

3. Quem responde pela iniciativa/projeto?

### Organização e financiamento

4. O projeto possui sede física ou local onde funcione a redação e a administração? \*

Sim

Não

5. Qual o modelo de organização adotado? \*

*Indique aqui o tipo de organização: empresa (entidade de direito privado com fins lucrativos), coletivo (grupo de pessoas articuladas informalmente), cooperativa (sociedade registrada segundo a Lei nº5764, que estabelece a Política Nacional de Cooperativismo) ou associação sem fins lucrativos (entidade de direito privado sem finalidade lucrativa).*

Coletivo

Cooperativa

Empresa

Associação sem fins lucrativos

Outro:

6. O projeto se mantém financeiramente? \*

- Sim, plenamente.
- Não
- Sim, parcialmente.

7. Se sim, qual é o tipo de financiamento? \*

*Indique a principal origem dos recursos financeiros que mantém o projeto. Anúncios e conteúdo patrocinado são exemplos de publicidade. Palestras, oficinas, consultorias e eventos remunerados são exemplos de prestação de serviço. Editais públicos e leis de incentivo à cultura são considerados dentro da categoria de edital de fomento.*

- Publicidade (venda de anúncios, de espaços publicitários)
- Edital de fomento
- Prestação de serviços
- Assinaturas
- Financiamento coletivo

Outro:

#### Equipe

8. Quantas pessoas colaboram com o projeto no total? \*

9. O projeto conta tanto com colaboradores fixos quanto esporádicos? \*

São exemplos de colaboradores esporádicos: freelancer, repórter especial, etc.

- Sim
- Não

10. Quantas horas, em média, cada colaborador se dedica ao projeto por semana? \*

- Até 10 horas
- De 11 a 15 horas
- De 16 a 20 horas
- De 21 a 25 horas
- Mais de 25 horas

11. Os envolvidos são remunerados? \*

- Sim, todos.
- Sim, alguns.
- Não, nenhum.

12. Se sim, qual o vínculo de trabalho?

- Carteira assinada
- Freelancer ou prestador de serviço
- Sociedade
- Outro:

### Produção

13. Todos os envolvidos na produção de conteúdo são jornalistas? \*

- Sim
- Não

14. Com que frequência novos conteúdos são produzidos e publicados pelo veículo? \*

- Diária
- Semanal
- Mensal
- Outro:

15. O grupo se reúne periodicamente para planejar a produção de conteúdo? \*

- Sim, diariamente.
- Sim, semanalmente.
- Sim, quinzenalmente.
- Sim, mensalmente.
- Não
- Outro:

16. Se sim, as reuniões são:

- Sempre restritas aos membros do projeto
- Sempre abertas à comunidade
- Alternadas entre reuniões restritas aos membros e reuniões abertas à comunidade

17. Há divisão de tarefas na produção de conteúdo? \*

- Sim
- Não

18. Se sim, a produção tem uma hierarquia ou cadeia de comando? \*

Por exemplo: divisão entre repórteres e editores

- Sim
- Não

19. Se sim, os colaboradores têm autonomia para: \*



*Indique aqui as decisões que podem ser tomadas pelos colaboradores (por exemplo: repórteres ou redatores) sem supervisão de um superior (por exemplo: editor ou gerente de conteúdo). Marque mais de uma opção se for necessário.*

- Sugerir pautas
- Apurar e recolher informações
- Publicar conteúdos
- Dar títulos e legendas
- Editar produtos como vídeos, fotos e textos
- Editar versões finais de reportagens ou conteúdos jornalísticos
- Outro:

**APÊNDICE B – Quadro completo de respostas ao  
questionário sobre organização e financiamento em iniciativas  
criadas entre 2013 e 2015 no Brasil**

## Quadro de Respostas ao Questionário - PARTE 1

Nome da iniciativa	Possui sede física ou local onde funcione a redação e a administração?		O projeto se mantém financeiramente?	Se sim, qual é o tipo de financiamento?	Quantas pessoas colaboram com o projeto no total?	O projeto conta tanto com colaboradores fixos quanto esporádicos?	Quantas horas, em média, cada colaborador se dedica ao projeto por semana?
<b>Desneuralizador</b>	Não	Coletivo	Sim, plenamente.	Financiamento coletivo	3	Sim	De 11 a 15 horas
<b>Fiquem Sabendo</b>	Não	Empresa	Não		Três	Não	Até 10 horas
<b>BRIO Hunter</b>	Não	Empresa	Sim, parcialmente.	Assinaturas	4	Sim	De 11 a 15 horas
<b>JOTA</b>	Sim	Empresa	Sim, plenamente.	Outro: "primeira, terceira e quarta opção".	30	Sim	Mais de 25 horas

<b>Revista Berro</b>	Não	Coletivo	Sim, parcialmente.	Publicidade (venda de anúncios, de espaços publicitários)	No momento, 3.	Sim	Até 10 horas
<b>A Escotilha</b>	Não	Coletivo	Sim, parcialmente.	Publicidade (venda de anúncios, de espaços publicitários)	17	Sim	Até 10 horas
<b>Nós, mulheres da periferia</b>	Não	Coletivo	Não	-	Somos em seis jornalistas e uma designer	Sim	Mais de 25 horas
<b>Revista Calle2</b>	Não	Empresa	Não	-	10	Sim	Até 10 horas
<b>Farol Jornalismo</b>	Não	Projeto pessoal	Sim, parcialmente.	Doações	2	Sim	Até 10 horas

<b>Mídia NINJA</b>	Sim	Coletivo	Sim, plenamente.	Financiamento coletivo	2000	Sim	Até 10 horas
<b>Projeto Draft</b>	Não	Empresa	Sim, plenamente.	Prestação de serviços	5 pessoas no núcleo duro, mais 10 talentos que nos orbitam como frilas	Sim	Até 10 horas
<b>Agência Democratize</b>	Não	Cooperativa	Sim, parcialmente.	Tanto com assinaturas quanto com financiamento coletivo	Cerca de 30 pessoas, em SP, RJ, BH e Porto Alegre	Sim	Até 10 horas

<b>Puntero Izquierdo</b>	Não	Coletivo	Sim, parcialmente.	Financiamento coletivo	Não há um número definido. São vários colaboradores.	Sim	Até 10 horas
<b>Candeia</b>	Não	Coletivo	Não	-	5	Sim	Até 10 horas
<b>Overloadr</b>	Não	Empresa	Sim, plenamente.	Financiamento coletivo	Aproximadamente 420 pessoas	Sim	Até 10 horas
<b>Volt Data Lab</b>	Não	Empresa	Sim, parcialmente.	Prestação de serviços	3	Sim	De 11 a 15 horas
<b>Agência Amazônia Real de Jornalismo Independente, Investigado e em Defesa da Liberdade de Expressão</b>	Sim	Outro: Empresa e Associação.	Sim, plenamente.	Doações e prestação.	25 , sendo que quatro são fixos.	Sim	De 21 a 25 horas
<b>Coletivo Papo Reto</b>	Sim	Coletivo	Não	-	8 integrantes	Não	De 21 a 25 horas

<b>Trombone</b>	Não	Coletivo	Não	-	4	Sim	Até 10 horas
<b>Livre.jor</b>	Não	Outro: Sem CNPJ no momento. Mais para "coletivo".	Não	-	4	Sim	Até 10 horas
<b>Repórter de Rua</b>	Não	Coletivo	Sim, parcialmente.	Financiamento coletivo	Dez	Sim	Até 10 horas
<b>Ponte Jornalismo</b>	Não	Coletivo	Não	-	10	Sim	De 11 a 15 horas
<b>Alma Preta</b>	Não	Empresa	Sim, parcialmente.	Outro: "O Alma Preta se financia por assinaturas, venda de camisetas e prestação de	4	Sim	De 16 a 20 horas

				serviços"			
<b>Revista AzMina</b>	Não	Associação sem fins lucrativos	Sim, parcialmente.	Prestação de serviços	21	Sim	Até 10 horas
<b>Revista Capitolina</b>	Não	Coletivo	Sim, parcialmente.	Financiamento coletivo	38 pessoas	Não	Até 10 horas
<b>Estúdio fluxo</b>	Sim	Empresa	Sim, parcialmente.	Prestação de serviços	3	Sim	Mais de 25 horas



<b>MARUIM</b>	Não	Associação sem fins lucrativos	Não	-	29 membros na Coordenação (mais ativos) e creio que cerca de 5 colaboradores mais "sólidos"	Sim	Até 10 horas
<b>Justificando</b>	Sim	Empresa	Sim, plenamente.	Outro: "Por ser mídia jurídica, o Justificando funciona por meio de apoios culturais de escritórios de advocacia - os quais, por lei, não podem fazer publicidade. Sendo assim, nem se enquadra em nenhuma das alternativas oferecidas".	Dezenas de pessoas, se considerarmos os colunistas. Na redação, trabalham 5 pessoas.	Sim	Mais de 25 horas

<b>O Barato de Floripa</b>	Não	Empresa	Sim, parcialmente.	Publicidade (venda de anúncios, de espaços publicitários)	5	Não	De 11 a 15 horas
<b>Jornalistas Livres</b>	Sim	Coletivo	Sim, plenamente.	Financiamento coletivo	153	Sim	De 11 a 15 horas

## Quadro de Respostas ao Questionário - PARTE 2

Nome da iniciativa	Os envolvidos são remunerados?	Se sim, qual o vínculo de trabalho?	Todos os envolvidos na produção de conteúdo são jornalistas?	Com que frequência novos conteúdos são produzidos e publicados pelo veículo?	O grupo se reúne periodicamente para planejar a produção de conteúdo?	Se sim, as reuniões são:	Há divisão de tarefas na produção de conteúdo?	Se sim, a produção tem uma hierarquia ou cadeia de comando?	Se sim, os colaboradores têm autonomia para:
<b>Desneuralizador</b>	Não, nenhum.		Sim	Semanal	Não		Não		
<b>Fiquem Sabendo</b>	Sim, alguns.	Sociedade	Sim	Diária	Não		Sim	Sim	Sugerir pautas, Apurar e recolher informações
<b>BRIO Hunter</b>	Sim, todos.	Freelancer ou prestador de serviço	Sim	Outro	Sim, semanalmente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Sim	Sugerir pautas, Apurar e recolher informações, Publicar conteúdos, Dar títulos e legendas, Editar produtos

									como vídeos, fotos e textos, Editar versões finais de reportagens ou conteúdos jornalísticos
<b>JOTA</b>	Sim, todos.	Outro: "todas opções".	Sim	Diária	Sim, semanalmente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Sim	Sugerir pautas, Apurar e recolher informações, Dar títulos e legendas, Editar produtos como vídeos, fotos e textos
<b>Revista Berro</b>	Sim, alguns.	Freelancer ou prestador de serviço	Não	Semanal	Sim, mensalmente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Não	-

<b>A Escotilha</b>	Não, nenhum.	-	Não	Diária	Sim, quinzenalmente.	Alternadas entre reuniões restritas aos membros e reuniões abertas à comunidade	Sim	Sim	Sugerir pautas, Apurar e recolher informações, Publicar conteúdos, Dar títulos e legendas, Editar produtos como vídeos, fotos e textos
<b>Nós, mulheres da periferia</b>	Sim, alguns.	Outro: "quando somos convidadas para algum evento que envolva pagamento o ou ajuda de custo, não são todos os convites que oferecem remuneração, por isso não dá	Não	Diária	Outro: "A gente se comunica todo dia por internet, mas para fazer reunião com as sete pessoas é complicado visto que o projeto é um extra em nossas vidas, seis das sete integrantes tem emprego fixo, todas tem seus afazeres e temos que	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Não	-

		para classificar como vínculo de trabalho".			planejar com antecedência para conseguir nos encontrarmos".				
<b>Revista Calle2</b>	Sim, alguns.	Freelancer ou prestador de serviço	Sim	Semanal	Não	-	Sim	Sim	Sugerir pautas, Apurar e recolher informações
<b>Farol Jornalismo</b>	Não, nenhum.	-	Sim	Semanal	Sim, semanalmente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Não	-
<b>Mídia NINJA</b>	Não, nenhum.	-	Não	Diária	Sim, diariamente.	Alternadas entre reuniões restritas aos membros e reuniões abertas à comunidade	Sim	Sim	Sugerir pautas, Apurar e recolher informações, Dar títulos e legendas, Editar produtos como vídeos,

									fotos e textos, Editar versões finais de reportagens ou conteúdos jornalísticos
<b>Projeto Draft</b>	Sim, todos.	Freelancer ou prestador de serviço	Sim	Diária	Sim, diariamente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Sim	Sugerir pautas, Apurar e recolher informações, Dar títulos e legendas
<b>Agência Democratize</b>	Não, nenhum.	-	Não	Diária	Sim, quinzenalmente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Sim	Sugerir pautas, Apurar e recolher informações, Dar títulos e legendas, Editar produtos como vídeos, fotos e textos, Editar versões finais de reportagens

									ou conteúdos jornalísticos
<b>Puntero Izquierdo</b>	Sim, alguns.	Freelancer ou prestador de serviço	Sim	Mensal	Outro: "Virtualmente, todos os dias".	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Sim	Sugerir pautas, Apurar e recolher informações, Dar títulos e legendas, Editar produtos como vídeos, fotos e textos, Editar versões finais de reportagens ou conteúdos jornalísticos
<b>Candeia</b>	Não, nenhum.	-	Não	Semanal	Não	-	Sim	Não	-
<b>Overloadr</b>	Sim, todos.	Freelancer ou prestador de serviço	Não	Diária	Sim, quinzenalmente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Não	-



<b>Volt Data Lab</b>	Sim, todos.	Freelancer ou prestador de serviço	Sim	Outro	Não	-	Não	-	-
<b>Agência Amazônia Real de Jornalismo Independente, Investigado e em Defesa da Liberdade de Expressão</b>	Sim, alguns.	Freelancer ou prestador de serviço	Sim	Semanal	Sim, semanalmente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Sim	Sugerir pautas, Apurar e recolher informações, Dar títulos e legendas
<b>Coletivo Papo Reto</b>	Não, nenhum.	-	Não	Diária	Não	-	Sim	Não	-
<b>Trombone</b>	Não, nenhum.	-	Não	Outro	Sim, mensalmente.	Alternadas entre reuniões restritas aos membros e reuniões abertas à comunidade	Não	-	-
<b>Livre.jor</b>	Não, nenhum.	-	Sim	Diária	Sim, semanalmente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Não	-	-

<b>Repórter de Rua</b>	Não, nenhum.	-	Não	Outro	Sim, mensalmente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Sim	Sugerir pautas, Apurar e recolher informações, Dar títulos e legendas, Editar produtos como vídeos, fotos e textos, Editar versões finais de reportagens ou conteúdos jornalísticos
<b>Ponte Jornalismo</b>	Sim, alguns.	Freelancer ou prestador de serviço	Sim	Diária	Sim, semanalmente.	Alternadas entre reuniões restritas aos membros e reuniões abertas à comunidade	Sim	Não	-
<b>Alma Preta</b>	Sim, alguns.	Sociedade	Não	Diária	Sim, semanalmente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Não	-

<b>Revista AzMina</b>	Sim, alguns.	Freelancer ou prestador de serviço	Não	Diária	Sim, semanalmente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Não	-
<b>Revista Capitolina</b>	Não, nenhum.	-	Não	Semanal	Sim, diariamente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Não	-
<b>Estúdio fluxo</b>	Sim, todos.	Freelancer ou prestador de serviço	Sim	Mensal	Sim, diariamente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Sim	Sugerir pautas, Apurar e recolher informações, Editar produtos como vídeos, fotos e textos, Editar versões finais de reportagens ou conteúdos jornalísticos

<b>MARUIM</b>	Não, nenhum.	-	Não	Diária	Outro: "O MARUIM tem uma grande reunião por mês, na qual se discutem vários aspectos (financeiro, organização, etc) e reuniões de pautas esporádicas mas frequentes, geralmente abertas para quem quiser" participar	Alternadas entre reuniões restritas aos membros e reuniões abertas à comunidade	Sim	Sim	Sugerir pautas, Apurar e recolher informações, Publicar conteúdos, Dar títulos e legendas, Editar produtos como vídeos, fotos e textos
<b>Justificando</b>	Sim, alguns.	Outro: "Há sócios, pessoas com carteira assinada e também quem tem contrato de estágio"	Não	Diária	Sim, semanalmente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Sim	Sugerir pautas, Publicar conteúdos, Dar títulos e legendas

<b>O Barato de Floripa</b>	Não, nenhum.	-	Não	Diária	Sim, mensalmente.	Sempre restritas aos membros do projeto	Sim	Sim	Sugerir pautas, Apurar e recolher informações, Publicar conteúdos, Dar títulos e legendas, Editar produtos como vídeos, fotos e textos, Editar versões finais de reportagens ou conteúdos jornalísticos
<b>Jornalistas Livres</b>	Não, nenhum.	-	Não	Diária	Sim, semanalmente.	Alternadas entre reuniões restritas aos membros e reuniões abertas à comunidade	Sim	Não	-



**APÊNDICE C – Entrevistas com integrantes dos coletivos Revista  
Vaidapé e Cidades para Pessoas**

**Thiago Gabriel Mostazo Lopes, 22 anos, graduando em Jornalismo na PUC-SP [7º semestre]**

*Entrevista concedida em 28/11/2016, na casa do entrevistado, em São Paulo.*

**Pesquisadora:** A minha primeira questão é: você teve alguma outra experiência com jornalismo antes de participar da Vaidapé?

**Thiago Gabriel Lopes:** Meu pai é jornalista, minha mãe é jornalista. Então, eu tive bastante contato com o mundo jornalístico. Desde pequeno, em casa, eu escuto meu pai contando as histórias, falando da redação e os amigos dele também, todos jornalistas. Então, eu meio que cresci nesse meio do jornalismo, e aí quando eu terminei o colégio decidi que ia fazer jornalismo, não passei, fiz um ano de Ciências Sociais na PUC antes de... e aí fiz a transferência de curso para o jornalismo. E, na área trabalhando, eu cheguei a fazer estágio em assessoria de imprensa, que foi em uma assessoria de imprensa esportiva, e depois eu fui fazer essa experiência com o meu pai em Nova York, fui ser cinegrafista dele.

**Pesquisadora:** Para qual veículo que ele trabalha?

**Thiago Gabriel Lopes:** Para a Bandeirantes. Ele era correspondente lá de Nova York.

[interrupção]

**Thiago Gabriel Lopes:** Ele é repórter da Band há alguns anos e foi ser correspondente. E o esquema da Band é mandar o repórter para ser câmera, produtor e cinegrafista, sem redação, sem nada. Aí ele falou: "não, vamos comigo, eu pago uma grana para você e você vai ser meu cinegrafista e meu produtor", também para ajudar na língua. E aí eu fiz esse trabalho com ele, fiquei oito meses lá em Nova York, câmera e produtor da Band, e fazendo reportagens também para a Vaidapé, que eu já tinha entrado.

**Pesquisadora:** Isso foi em qual ano?

**Thiago Gabriel Lopes:** Isso foi... Eu fui a partir de agosto de 2014 até maio de 2015.

**Pesquisadora:** Entendi. Então, você já estava na Vaidapé nesse período. Nessa época, como eram os trabalhos que você fazia para a revista? Você tinha uma periodicidade específica, era conforme iam surgindo as pautas? Conta um pouco mais sobre como funcionou.

**Thiago Gabriel Lopes:** Então, quando eu descobri que eu ia, e era um momento que eu estava muito envolvido com a Vaidapé, eu falei: "ah, eu vou, mas eu vou continuar fazendo coisas para a Vaidapé". Quando eu cheguei lá, aconteceram umas coisas que foram pautas prontas para a



Vaidapé. Teve uma marcha do clima, que foi a maior marcha do clima de todos os tempos, que eu cobri. Aí depois teve um protesto do Occupy Wall Street e, logo em seguida, teve o movimento Black Lives Matter. Então eu cobri, fui em várias manifestações, eu fiz acho que umas quatro ou cinco matérias para a Vaidapé. E era meio essa coisa da demanda mesmo, do que ia aparecendo de pauta, eu estava muito em contato com as notícias lá. Eu cheguei e falei também sobre Israel e Gaza, que estava tendo conflito lá. Então, era meio isso, era uma cobertura internacional da Vaidapé que agia meio de acordo com como as pautas iam surgindo. A gente já tinha acabado de fazer a Copa pela Vaidapé, eu já estava na Vaidapé há um ano, aí fiquei esses oito meses fora, e depois voltei no meio de 2015 e aí continuei na Vaidapé.

**Pesquisadora:** Entendi. E o que te motivou, quando você começou a parte do coletivo, o que foi que te motivou a participar do projeto?

**Thiago Gabriel Lopes:** Acho que na época ainda a Vaidapé era muito a revista. E eu me impressionei muito com a revista, achei a revista muito bonita, achei ela muito interessante, achei muito legal que o pessoal tivesse imprimindo uma revista, que é uma forma de comunicação que eu gosto bastante. Então, eu acho que foi tanto o trabalho que já estava sendo feito, tanto os textos na Internet, que estavam sendo repercutidos em outros sites. Foi muito o trabalho que estava sendo feito e tinha uma onda de junho de 2013, de surgimento das mídias independentes, na época que a gente acreditava que isso era possível – a gente ainda acredita, né? Mas antes era mais difícil imaginar uma mídia independente; depois de junho de 2013, eu acho que vai ficando mais fácil a gente perceber que isso é possível e que a gente pode influenciar no debate nacional. E, além disso, e acho que, principalmente, foi a galera que tava fazendo. Desde o começo, eu vi que era uma galera muito boa, que tava a fim de fazer, que se alinhava politicamente com o que eu pensava. Tudo isso fez com que eu entrasse na Vaidapé.

**Pesquisadora:** E como que foi esse seu contato com a galera que estava fazendo? Você já conhecia o pessoal? Se já conhecia, como que foi esse processo de você entrar no projeto?

**Thiago Gabriel Lopes:** Então, eu lembro que tinha uma menina que fazia parte da Vaidapé, que é a Carol – que hoje é minha namorada –, que eu já conhecia desde a Zona Sul, a gente estudou junto no colégio. Ela já tava na Vaidapé e a gente se encontrava na PUC e ela falava: "meu, olha esse projeto da Vaidapé" e tal não sei o quê, me mostrou e aí eu gostei muito, e eu lembro que eu me reuni com o Paulo [Motoryn]. E o Paulo era o cara que estava articulando muito aquilo, chamando a galera que era estudante de jornalismo, e ele meio que apresentou, falou:

"oh, gente, é esse projeto, queria que vocês escrevessem". No começo, era uma coisa muito assim de buscar estudantes para escreverem para a revista. Não era muito ainda estruturar o coletivo, era simplesmente produzir informação. E nisso eu comecei a escrever. Escrevi uma pauta para a revista, junto com a Carol e com outra amiga nossa, que também era do jornalismo. E aí, dali para a frente, foi direto, assim. Então, acho que o contato foi primeiro por causa da Carol e depois o Paulo, e todo o pessoal veio conversar comigo.

**Pesquisadora:** Sim. E depois desse tempo que você está nessa parte de concepção do projeto como a gente falou antes, né? Desse tempo para cá, você fez em algum momento esse trabalho de pensar estratégias para articular uma equipe? Você trabalhou de alguma forma nisso? Como que funciona essa parte de trazer novas pessoas para a equipe hoje? Ou ao longo desse tempo como tem funcionado, né, não necessariamente é fixo?

**Thiago Gabriel Lopes:** Desde que entrei, eu já me impressionei muito com o projeto, sempre quis tocar muito de perto. Sempre me preocupei com trazer gente nova, com a gente produzir novos conteúdos, novas formas de se comunicar. Então, meio que participei dessa parte. No começo, era uma coisa muito aberta, extremamente aberta, era assim: "gente, vamos escrever, é um projeto que nem a gente sabe o que é direito, então vamos juntar o máximo de gente possível". A gente tinha uma redação que era no Butantã também, só que era uma casinha que a gente alugava. E lá, a gente chegou a fazer reuniões de 40 pessoas, 50 pessoas, e chamava todo mundo, e aí todo mundo [dizia]: "meu, a gente quer participar" e aí juntava e escrevia os textos. Isso aconteceu praticamente durante um ano, acho que de metade de 2013 até metade de 2014, a gente tinha essa dinâmica de chamar todos os estudantes que a gente conhecia, pessoas que a gente sabia que gostavam do projeto e ver como elas podiam participar, colaborar com o projeto. Mas depois, a gente foi vendo que não necessariamente essas pessoas que conheciam o projeto, ou que colaboravam com o projeto, queriam tocar ele, ou acabavam ficando mais no projeto, escrevendo por mais tempo. Acho que a partir da Copa ali, a gente começou a ver que existia um grupo de pessoas que tocavam aquele projeto mesmo, que faziam acontecer, e que tinha que ter um grupo de pessoas fazendo acontecer. A partir daí, a gente foi fazendo essas reuniões ainda, elas ainda duraram por mais um tempo, foi agregando mais gente, mas numa medida que assim: a Vaidapé já virou uma coisa bastante conhecida, então muita gente veio de fora do nosso círculo de pessoas para participar. É o caso do Iuri [Salles], por exemplo, que é um cara que é da Brasilândia, ninguém

conhecia ele, ele viu uma matéria da Vaidapé com o Coronel Telhada, uma entrevista, e chegou para conhecer a gente. Acabou ficando e até hoje tá lá. Então, acho que sempre foi muito orgânico, ainda é muito orgânico, ainda é um espaço aberto, mas cada vez mais a dinâmica de trazer pessoas ela é mais cirúrgica. A gente chama pessoa que tá a fim de participar mesmo, que tá escrevendo coisa, que tem alguma coisa que queira colaborar junto com a Vaidapé. Eu acho que foi meio nessa dinâmica. Mas é aquilo que você viu na reunião, é um coletivo aberto, extremamente aberto até hoje, e isso acaba sendo um ponto também de dificuldade para a gente, né? Porque essa concepção de aberto, ela não delimita muito bem o que cada um está fazendo ali, o espaço que cada um ocupa ali. E a gente começou a perceber que apesar de a gente não querer, que a gente queira fazer de uma forma totalmente horizontal, e que a gente, na medida do possível, consiga fazer isso, existem sim funções ali, existem sim pessoas que estão participando mais e que vão acabar influenciando mais nas decisões e outras que vão acabar mais colaborando. E eu acho que a gente amadureceu um pouco isso nesse sentido.

**Pesquisadora:** Só para eu ter uma noção de tempo, essas reuniões maiores que você comentou, quando que foi a última delas? Você lembra?

**Thiago Gabriel Lopes:** Eu acho que foi no final de 2015, que foi um momento de crise também, que a gente estava perdidão e estava muito sobrecarregado nas costas de algumas pessoas. E a gente falou: "não, vamos chamar uma reunião para trazer mais gente". Mas, de certa forma, poucas das pessoas que foram nessa reunião, e foi uma reunião bem cheia, ficaram mesmo. E aí a gente foi se tocando dessa dinâmica que eu falei.

**Pesquisadora:** Foi essa reunião que vocês mencionaram algumas vezes na reunião de terça? Eu tive a impressão de que em alguns momentos foi falado sobre uma reunião com 40 pessoas para resolver um problema específico. Seria essa, do ano passado, então?

**Thiago Gabriel Lopes:** É, não. Na verdade, essas reuniões de 40 pessoas, elas eram para chamar o pessoal para participar, porque elas eram muito de apresentação da Vaidapé. "Somos um coletivo tal, temos tais frentes de atuação". Aí, o pessoal já se juntava: "ah, eu quero participar da revista", "ah, eu tiro foto", "ah, eu faço rádio". Então, era de apresentação da Vaidapé. O que a gente estava falando mais naquele dia da reunião era das reuniões para definir os rumos, para pensar as coisas práticas ali do coletivo, não necessariamente de conteúdo. A gente tinha um número de pessoas muito grande, muitos eram colaboradores,

que muitas vezes não queriam participar dessa gestão e estavam lá e acabava dificultando um pouco o andamento. Mas nada muito sério, também. Era uma coisa tranquila.

**Pesquisadora:** Pensando em um modelo de organização, por exemplo: empresa, coletivo, associação, fundação. Qual desses modelos descreveria o modelo da Vaidapé atualmente?

**Thiago Gabriel Lopes:** Coletivo. Acho que a Vaidapé é um coletivo. Desde o começo e até hoje, ela é um coletivo e sempre se firmou como coletivo. Mas, no meio do caminho, a gente já pensou em algumas alternativas. Por exemplo, se tornar OSIP, que é Organização Social de Interesse Público, né? Que é meio que uma ONG, mas também não é exatamente uma ONG porque não é totalmente sem fins lucrativos. Acho que desde o começo até hoje, a gente não consegue enquadrar de uma forma que não seja o coletivo. E entendendo coletivo como um papel quase que era da cooperativa antes, e que ainda é da cooperativa, mas de uma forma menos burocratizada de hierarquização ali. Então eu acho que o coletivo, ele acaba sendo uma coisa aberta, horizontal, mas que ao mesmo tempo tem funções, tem obrigações ali dentro.

**Pesquisadora:** E vocês já tiveram alguma discussão, por exemplo, sobre algum tipo de registro formal, como CNPJ. Isso vocês têm?

**Thiago Gabriel Lopes:** Essa discussão foi no final de 2015 também. Foi um momento que a gente começou a falar: "não, acho que a gente precisa de CNPJ", porque até para montar parceria com muita gente, para ganhar edital, os prêmios normalmente são maiores para quem tem CNPJ. Para parcerias, de repente, se a gente fizer alguma colaboração para alguma outra mídia poder fazer o depósito. A gente foi percebendo que talvez fosse importante criar uma pessoa jurídica, e aí a gente caminhou nesse caminho do OSIP, que era um CNPJ mais ligado a essa coisa social de interesse público. E a gente chegou a fazer discussões sobre virar OSIP, chegou a conversar com pessoas da área jurídica para virar OSIP, mas acabou não indo para frente e a gente até hoje pensa nisso. Acho que é um caminho que a gente considera possível, mas a gente nunca chegou a concretizar ele.

**Pesquisadora:** Entendi. Passando agora um pouco mais para a parte financeira. Qual é a principal fonte de recursos que entram no projeto hoje?

**Thiago Gabriel Lopes:** A principal é nenhuma. Essa é a principal fonte de recursos. Tem os editais que a gente concorre eventualmente e já foram fontes de grana bastante importantes. Mas o edital, normalmente, tem uma questão de que você escreve um projeto. E, dificilmente, esse projeto ele é simplesmente o funcionamento da Vaidapé. A gente acaba

desenvolvendo outros projetos para desenvolver com esses editais. Então, no caso o PROAC foi a impressão da revista, toda a verba foi destinada para isso. No Redes e Ruas, que a gente tinha ganhado anteriormente, a gente fez um projeto de eventos no Grajaú, fizemos vários eventos lá no calçadão cultural. E agora o Redes e Ruas, que a gente ganhou de novo, que vai começar no começo do ano que vem, é um projeto que a gente está fazendo no Butantã de educomunicação. Então desses editais, talvez o único que seja para o funcionamento da Vaidapé, que a gente possa usar para estruturar, para um lugar físico, para o pagamento das pessoas, pagamento de colaboradores, foi o do Ministério da Cultura, que era Pontos de Mídia Livre, e que a gente ganhou no começo do ano [2016] e até hoje não recebeu. As entradas de grana sempre foram essas. Historicamente, a gente fazia festas. Quando a gente tinha que imprimir revistas, a gente fazia festa, vendia cerveja, começava a juntar do jeito que dava um dinheiro e dessa forma a gente imprimia as revistas. Hoje em dia, a gente tem, por exemplo, as camisas que a gente faz, tem adesivo, tem fotos que a gente também emoldura e, às vezes, vende. Mas são fontes de renda mínimas, que entra uma graninha ou outra para pagar o domínio da Internet, para pagar a Internet em si da redação, mas nada que consiga estruturar. À parte os editais, que é uma coisa pontual, a gente não tem nenhuma entrada de grana. Recorrente é zero. Por isso que a gente pensa na campanha de financiamento colaborativo, que é uma coisa que a gente já está gestando desde o fim de 2015 e que a gente acha que pode ser uma alternativa viável para ter uma grana recorrente entrando na Vaidapé.

**Pesquisadora:** Além desses editais que você citou, tem mais algum que a revista tenha ganhado?

**Thiago Gabriel Lopes:** Não, foram esses. Os que a gente realizou foram o Redes e Ruas e o PROAC. O MinC nunca caiu, tá para cair. E o Redes e Ruas, a gente começa a partir do começo do ano que vem.

**Pesquisadora:** Sim. E normalmente esses recursos que entram, eles cobrem quais atividades ou quais tarefas? Eles pagam um salário, um equipamento, como que eles foram aplicados?

**Thiago Gabriel Lopes:** É, então. Como eu falei, os editais, eles cobrem os projetos. Então, nos projetos, a gente já discrimina tudo: o que vai ser usado para equipamento, o que vai ser usado para pagar a banda para fazer evento...

**Pesquisadora:** Então dentro do projeto aí destrincha...

**Thiago Gabriel Lopes:** Isso, já tem discriminado para onde vai. O Redes e Ruas, por exemplo, é um projeto que remunerava as pessoas que faziam os eventos. A gente tinha uma remuneração de 600 reais, 600

ou 800 reais, para as pessoas que estavam tocando o projeto. Que eram também algumas pessoas, não eram todas do coletivo, que foram as que se propuseram a fazer o projeto e que receberam uma grana durante esse período. Mas, no geral, essa grana acaba indo para o projeto em si. O PROAC, por exemplo, foi inteiro para a impressão de revista e divulgação do evento de lançamento. Então, a gente nunca teve uma grana de edital que pagou o nosso funcionamento, do trabalho que a gente já faz, do trabalho diário da Vaidapé. É sempre em cima de projetos e, aí dentro desses projetos, a gente remaneja a grana, dependendo do valor, dependendo da disponibilidade de cada um, de uma forma que a gente ache mais justa, mais interessante para todo mundo.

**Pesquisadora:** Mas vocês conseguiram, por exemplo, por meio desses projetos, comprar equipamentos que hoje vocês usam na revista?

**Thiago Gabriel Lopes:** O Redes e Ruas, a gente comprou uns equipamentos, sim. O Redes e Ruas, a gente comprou Power Point [projektor], microfone, tripé. A gente comprou algumas coisas. Eles serviram, em algum momento, para a gente equipar mais a Vaidapé, mas isso foi mais no começo. Hoje em dia, os equipamentos que a gente usa na Vaidapé são praticamente das pessoas mesmo que disponibilizam – ou que deixam lá ou que usam quando vão fazer matérias, e aí a gente faz de uma forma bem colaborativa. Mas com equipamento foi só o Redes e Ruas.

**Pesquisadora:** Em algum momento desde que está no projeto vocês atuaram sem nenhum tipo de entrada de dinheiro de fora? Quero dizer de dinheiro de festa, de camiseta, de edital, de nada. Só com dinheiro de vocês.

**Thiago Gabriel Lopes:** A maior parte do tempo foi sem dinheiro de nada. A maior parte do tempo. Inclusive agora, a gente tá trabalhando sem nenhuma entrada de dinheiro. Mesmo quando a gente fazia festa, essas coisas, elas pagavam coisas pontuais. Elas pagavam a revista; quando a gente alugava o espaço no Butantã, elas pagavam esse aluguel do espaço. Mas nunca foi para remunerar, a gente nunca conseguiu fazer isso, né? Embora fosse uma necessidade de todo mundo. E a gente sempre colocou dinheiro. Por mais que a gente não colocasse dinheiro na Vaidapé, a gente coloca o dinheiro para o nosso transporte, para o almoço, para a compra de equipamentos pessoais, também. Então sempre foi mais um gasto do que qualquer coisa, assim.

**Pesquisadora:** Você comentou antes da sede que vocês tinham alugada. Eu queria que você contasse um pouco mais sobre essa... era a primeira

sede do projeto essa?  
**Thiago Gabriel Lopes:** Foi.

**Pesquisadora:** Sobre essa primeira sede. Sobre quando e como ela foi viabilizada. E sobre as outras, também. O que motiva a troca de espaço nesses diferentes momentos e como foi esse percurso até onde vocês estão agora, que é na casa do João.

**Thiago Gabriel Lopes:** A gente começou fazendo reunião na PUC, por exemplo, porque era muita gente da PUC, a maioria. A gente se reunia no bosque da PUC, juntava algumas pessoas, muito estudante de jornalismo. Era mais aberto, se a gente pensar, por que de repente está passando alguém ali no bosque, via a gente, conhecia e já se juntava, entendeu? Depois a gente foi para essa casa no Butantã, que a gente conseguiu porque ela era uma casa que servia de escritório da CGC, que é uma assessoria de educação (eu não sei exatamente, mas acho que é uma assessoria de educação, depois dá para dar uma procurada, CGC). E a pessoa que cuidava da CGC era mãe de um dos integrantes da Vaidapé, que era o Tônico, que hoje não está mais muito presente. Ela viabilizou a gente pagar uma taxa, uma grana menor, e ter um quartinho ali. Lá dentro dessa casa funcionava a CGC, principalmente, funcionava um outro jornalzinho – que era o Corneteiro, o fanzine Corneteiro – e funcionava a Vaidapé em uma das salas. A gente pagava uma grana pequena, que era o que a gente conseguia também levantar, e ficava lá. Nessa época do Butantã foi bem legal, assim. Porque era uma redação que era um espaço de trabalho simplesmente, não era que nem a situação que a gente tem hoje, nem era uma coisa improvisada como na universidade. E a gente conseguia juntar bastante gente, conseguia trazer um pessoal para acompanhar as reuniões. Na metade de 2014, a gente foi fazer o Copa, e aí a gente conseguiu uma outra casa. Graças também a uma parceria, com a Li An, que era uma pessoa que acreditou no projeto, achou que seria legal a gente fazer o Copa e disponibilizou uma casa para a gente no alto de Pinheiros, que era a redação do Copa. A gente ficou lá por um mês e meio, quase dois meses, dentro dessa redação fazendo o Copa. A gente já tinha saído da casinha no Butantã, não só por causa do Copa, mas também por uma questão de grana e porque o pessoal da CGC já estava saindo de lá. Depois do Copa, quando acabou, e aquela casa já não ia ser usada, a Li An, que era quem tinha oferecido para a gente, ofereceu uma outra casa, que era aqui na Duartina, na região de Perdizes. Só que essa casa ela era... a gente ficava em uma casinha dos fundos, meio que em uma edícula, parecido o esquema de hoje, e na casa grande funcionava a campanha do Adriano

Diogo do PT. Então foi um momento que a gente ficou um pouco em choque com isso (eu não estava, eu estava em Nova York), mas foi um momento que causou um pouco de choque com a galera, porque era um ambiente de campanha política e a gente estava lá, nos fundos, então foi meio difícil de assimilar. Mas também durou muito pouco tempo, também porque essa questão se tornou um pouco insustentável, a gente não gostava de estar lá. Depois de pouco tempo, acho que coisa de dois, três meses, a gente saiu daquela casa e aí a solução era ir para a casa do Sujão [João Miranda]. Porque a gente não tinha dinheiro, a gente não tinha nenhum espaço disponível que a gente pudesse ficar e tinha esse lugar nos fundos da casa do Sujão, que já era no Butantã, que a gente já tinha uma conexão, uma atuação para o bairro, já tinha um programa de rádio desde o fim de 2013, na Cidadã FM. A gente acabou indo para a casa do Sujão no final de 2014 e lá ficamos até hoje por uma questão de não conseguir sair, porque a gente sempre soube que não era a solução ideal. Até para trazer novas pessoas, né, é os fundos da casa de alguém. E aí hoje a gente está nessa batalha para conseguir um outro espaço. Já apareceram algumas sugestões ali dentro, de a gente ir para prédios compartilhados com outras mídias independentes, tem um prédio na Conselheiro Ramalho ali no Bixiga que tem o Outras Palavras, tem a Revista Fórum, tem o [trecho incompreensível], tem vários coletivos, que a gente já ensaiou uma possibilidade de ir para lá, não fomos. E aí agora a gente está nessa batalha de achar um lugar.

**Pesquisadora:** Só para esclarecer. Essa casa do Copa e depois a outra casa que foi viabilizada pela mesma pessoa, tinha algum tipo de contrapartida para o uso do espaço? Ou foi um espaço cedido?

**Thiago Gabriel Lopes:** Não tinha nenhum tipo de contrapartida. Por exemplo, o Copa, a contrapartida era a gente fazer o projeto. Então foi muito nisso, ela deu liberdade para fazer da forma que a gente quisesse. Ela acompanhava. Também tinha a figura da Graça, que era uma pessoa próxima a ela que estava lá com a gente, mas que estava querendo fazer o projeto também, estava querendo fazer ele acontecer, não de uma maneira restritiva, mas ajudando. E não teve nenhuma contrapartida. Depois, quando a gente foi lá para a Duartina também não teve nenhuma contrapartida, mas, assim, estava muito próximo do ambiente de campanha, ela começou a chamar as pessoas para fazer campanha para o Adriano Diogo e aí ficou meio essa situação chata, sabe? De "ah, mas e se a gente recusar e tal", não sei o quê. Então foi um período que durou pouco também por conta disso. Nunca teve contrapartida, nunca mexeu com nosso conteúdo, nunca mexeu com nosso funcionamento, mas era uma situação incômoda. Tanto que a gente decidiu sair.



**Pesquisadora:** Entendi. Com que frequência vocês costumam se reunir atualmente? Tem uma periodicidade específica, por exemplo, reuniões semanais. Tem separação entre as reuniões desse núcleo de concepção que a gente estava falando e as reuniões com colaboradores?

**Thiago Gabriel Lopes:** Essa também é uma questão que é meio uma metamorfose ambulante na Vaidapé. No começo, a gente se reunia quase que diariamente, até porque estava todo mundo mais livre, ninguém estava trabalhando, estava todo mundo na faculdade ainda, então tinha essa disponibilidade. A casinha do Butantã, depois no Copa, eram coisas diárias que a gente fazia. Depois, quando a gente foi para o Sujão [João Miranda], a ideia era sempre se reunir diariamente, sempre poder despendar um tempo, mas pela falta de grana e pelas obrigações das outras pessoas, de cada um lá dentro, cada um foi trabalhar, a gente foi diminuindo a frequência das reuniões e tentando fazer elas um pouco mais objetivas. E aí a gente começou a separar, fazer reuniões semanais. Sexta-feira eram as reuniões em que a gente definia coisas mais gerais do coletivo, questão de financiamento, organização interna, revista, todas essas coisas a gente se reunia semanalmente para pensar a concepção do coletivo. E daí a gente fazia reunião de pauta, por exemplo, que eram também uma vez por semana. A gente chegou a ensaiar fazer com o núcleo de fotógrafos, com o núcleo de vídeo, com o núcleo lúdico. E essa era a ideia, né? No final de 2015, a gente cria núcleos e tenta se organizar em cima deles. Mas também acabou que essas coisas foram sendo um pouco abandonadas, o pessoal que era colaborador de cada uma das áreas não conseguia aparecer muito, a gente não conseguia estabelecer uma dinâmica mais frequente, então a gente acabou. Essas reuniões foram se dissipando e, cada vez mais, a gente começou a centrar na reunião geral de sexta-feira, que também começou a trazer os colaboradores, porque acabava sendo discutido tudo. As reuniões de pauta acho que também sobreviveram, sobrevivem ainda, semanalmente durante bastante tempo. Que aí é onde a gente pensa o que vai sair na semana que vem de segunda a sexta. E aí a gente meio que programa isso. Quem vai para a rua fazer tal pauta, quem vai fazer essas coisas. E aí ficou meio nessa dinâmica. De resto, a gente se encontra quando precisa mesmo, né? Porque não tem mais a disponibilidade que tinha antes.

**Pesquisadora:** Pegando o gancho de uma coisa que você comentou: essa divisão dos núcleos que acontece no final de 2015, o que motiva ela?

**Thiago Gabriel Lopes:** A desorganização absoluta que a gente estava.

**Pesquisadora:** Que é um pouco da crise que você comentou antes.

**Thiago Gabriel Lopes:** É, é um pouco disso. Porque assim, essa concepção de coletivo aberto que se reúne para falar tudo e aí essas reuniões intermináveis que falava sobre todas as coisas. Primeiro, tá muito sobrecarregado em algumas pessoas. A gente se reúne e aí, beleza, um vai fazer uma pauta, o outro vai fazer outra, mas quem vai acabar tocando, fazer tudo isso funcionar, fazer tudo isso sair no site, a gente responder os e-mails, fazer a articulação com outros coletivos acabava ficando nas costas de poucas pessoas. Diante disso, a gente fala: “não, vamos dividir em núcleos, cada um fica responsável por um núcleo, e nos núcleos a gente conversa as coisas de cada colaborador, para não trazer tudo isso para a reunião geral”. Deu certo por um tempo, mas o problema é que a gente teve duas verbas que não caíram de edital. O MinC, por exemplo, desde abril a gente está esperando. Era uma verba que ia financiar a nossa ida lá mais frequente esse ano, que não veio. Aí a gente começou a se reunir menos e os núcleos acabaram se dissipando, apesar de eles ainda existiram. O Lúdico, por exemplo, tem a força que tem, ainda tem o pessoal que toca, que faz as reuniões, faz a seleção dos trabalhos. A rádio também tem um núcleo bem específico, que quando dá se reúne, mas que toda segunda-feira faz o programa. Os fotógrafos também têm uma certa organização. Mas os núcleos, como a gente tinha pensado, caíram por água abaixo.

**Pesquisadora:** Como que vocês pensado? Eles eram esses que você citou... o Vaidamina também entra como núcleo?

**Thiago Gabriel Lopes:** O Vaidamina entra como núcleo, mas surgiu depois. Quando a gente pensou os núcleos, era uma coisa muito operacional, de trabalho, de conteúdo, de áreas de atuação – de designer, de diagramador, de todo esse pessoal. E o Vaidamina, ele surgiu por iniciativa principalmente da Pati [Patrícia Iglecio] e da Jay [Janaína Viegas], já no começo desse ano, metade desse ano. E foi uma necessidade das meninas de trazer mais mulheres para a Vaidapé e de criar um espaço em que elas pudessem discutir as pautas como elas estavam pensando, né. Diante também de uma demanda. Às vezes, a gente, obviamente, reproduzia um certo sistema patriarcal, acabava os homens falando mais, falando mais alto. Como eles eram em maior número, elas sentiram essa necessidade de fazer e foi muito legal. Hoje a Vaidamina pode ser encarado como um núcleo, mas os outros, que eram mais de trabalho operacionais, eles acabaram se desfazendo. Ficou mais o Vaidamina, o lúdico, a rádio e a revista, fora o funcionamento geral.

**Pesquisadora:** Essas reuniões que você comentou... Bom, essa é uma pergunta que está no roteiro, mas você meio que já respondeu. Elas são abertas a não membros do projeto. Elas são abertas, mas existe um

chamado específico? Por exemplo, reunião pública da Vaidapé. Isso é colocado como um evento aberto ao público ou ela simplesmente é aberta no sentido de que quem chega será bem-vindo?

**Thiago Gabriel Lopes:** A Vaidapé... Todos os momentos da Vaidapé são abertos para não membros, até porque não existe essa divisão de membros e não membros. Tem as pessoas que tocam e pessoas que não estão fazendo parte da Vaidapé. Então em qualquer momento que alguém quiser chegar na Vaidapé, e mostrar seu trabalho, e se interessar e participar de reunião, isso é aberto. Mas a gente parou de fazer os chamados públicos, que nem a gente fazia antes, que eram essas reuniões de 40, 50 pessoas.

**Pesquisadora:** Vocês chegaram a fazer então nessas situações.

**Thiago Gabriel Lopes:** Essas reuniões elas eram eventos abertos. Convidava uma pá de gente. Quem aparecia, aparecia, a gente apresentava o projeto e se dividia entre quem ia tocar tal coisa. Mas, ainda hoje, sempre que a gente vai fazer uma reunião mais específica, a gente chama pessoas que não estão no dia a dia, porque a gente acha que elas podem colaborar. Ou pessoas que já vêm e falam para a gente: "queria colaborar, mas não sei como, eu tiro foto, eu faço vídeo". E aí a gente tenta chamar uma reunião mais nesse sentido. Então, por exemplo, reunião da revista, para a concepção da revista, para participação, normalmente ela é aberta. Não aquele evento público, mas a gente já vê todo mundo que tem interesse, as pessoas que a gente sabe, quem vem falar com a gente, e abre para todo mundo para ver quem quer fazer parte.

**Pesquisadora:** Esse interesse que você fala seria esse interesse em colaborar eventualmente. Não tanto, por exemplo, de repente alguém que gostaria de só sugerir uma pauta (mas não necessariamente fazer), tipo um leitor ou alguma coisa assim... Não é comum esse tipo de interação, é?

**Thiago Gabriel Lopes:** Esse tipo de interação, acho que acontece mais informalmente. As pessoas procuram a gente para sugerir uma pauta individualmente, ou mandam e-mail ou mandam pelo Facebook. Tem muito, tem muita sugestão de pauta que a gente recebe, várias que a gente toca. Tanto de pessoas próximas quanto de pessoas que entram em contato com o coletivo de outras formas. Mas dificilmente a gente chama uma reunião para discutir uma pauta ou para a pessoa trazer uma pauta. Às vezes, para trazerem projetos, já aconteceu de pessoas quererem trazer projetos ali para dentro. E aí a gente chama uma reunião e fala: "ó, vamos discutir isso daqui com todo mundo, apresenta o projeto". Mas quando é reunião, física, é mais no sentido de quem quer

produzir conteúdo, quem quer colaborar. Organicamente, muitas dessas pessoas que começam produzindo conteúdo entram para a Vaidapé e começam a tocar outras coisas, começam a tocar a gestão, começa a responder e-mail e começa a fazer várias coisas. Todo mundo que entrou na Vaidapé foi meio por isso. Entrou porque queria colaborar e acabou se envolvendo cada vez mais ali.

**Pesquisadora:** Dá para dizer que existe uma frequência específica de produção de novos conteúdos. Uma média, por exemplo, é diário, é semanal, é mensal.

**Thiago Gabriel Lopes:** Eu diria que o objetivo da Vaidapé nunca foi ser uma mídia noticiosa, uma mídia que noticia diariamente tudo o que está acontecendo. A nossa ideia, tanto de jornalismo, quanto da comunicação em geral, é que diante das pernas que a gente tem, dos recursos que a gente tem, do número de pessoas que a gente tem, a gente tenta focar em cobrir as pautas que a gente acha importantes. E normalmente elas vão no sentido de histórias que não estão sendo contadas. A gente tenta ir atrás de coisas que não estão no noticiário, na grande mídia, que não são o foco do debate. Então, não dá para dizer que é diário, embora muitas vezes tenha uma frequência diária, porque a gente está produzindo muita coisa. Mas talvez, se tivesse que dizer, a nossa produção de conteúdo autoral ela é semanal. Semanal com certeza. A revista é semestral. O programa de rádio semanal também. Então é mais um pouco nessa lógica. Mas, por exemplo, se está acontecendo alguma coisa, o impeachment, que a gente teve agora esse ano, a gente não se foca em estar o dia inteiro produzindo matéria e conteúdo sobre tudo o que está acontecendo. A gente tenta olhar para aquela situação e ver como a Vaidapé pode cobrir isso por um viés que seja mais autêntico, seja mais a cara da nossa cobertura, que aí vai nesse sentido das histórias que não estão sendo contadas. É um pouco isso.

**Pesquisadora:** Além dessa questão que você comentou da diferença no conteúdo mesmo, na abordagem. Qual que você acha que é o principal diferencial, especificamente, do modelo de organização do trabalho, de vocês na Vaidapé para o jornalismo convencional?

**Thiago Gabriel Lopes:** Acho que, primeiro, a forma de organização. Esse é o básico, a gente não tem essas hierarquias definidas, e as funções, e os salários, e quem está acima de quem. Isso não existe na Vaidapé. Então, acho que na forma de organização já se diferencia muito do jornalismo tradicional. E isso vai criar uma dinâmica em que todo mundo fale, todo mundo tenha voz igual, todo mundo defina da mesma forma. Às vezes, isso faz os processos demorarem mais, também, porque não tem uma voz final, que diz: "não, diante de tudo o que eu

escutei, é isso". Não, a gente sempre vai chegar nas questões por consenso. Isso a gente também foi percebendo que, às vezes, é um pouco contraproducente. A gente tentar criar consenso para tudo, por exemplo, um jornalista vai lá e faz a sua pauta, cobre e escreve, alguém revisa e ele publica sem problemas. Mas as questões que são mais estruturais, que são mais definitivas, sempre elas chegam por definição do coletivo, que acaba sendo no consenso. Não é aquela coisa de democracia, quem vota, a maioria dos votos. A gente acaba criando uma discussão para chegar em um consenso final. Acho que isso é uma grande diferença. A dinâmica de não querer estar sempre querendo dar furo, querendo estar atrás das notícias de uma forma competitiva, também altera bastante. Acho que as novas mídias trazem um conceito novo no jornalismo e a Vaidapé segue isso bastante à risca, que é a gente não competir entre os meios de comunicação alternativos. Então não é por uma competição da notícia, embora isso seja sadio em uma certa medida, para encontrar as histórias. Mas a gente não tem essa lógica de que a gente quer ser maior do que qualquer mídia independente, a gente quer fortalecer, quer fazer parte dessa rede de mídias. O que permite que a gente possa compartilhar muitos conteúdos de outras mídias, muitos trabalhos legais que a gente vê sendo feitos. Outras mídias também compartilham o nosso conteúdo. A gente já fez várias vezes coberturas colaborativas com outros coletivos de mídia. Acho que essas coisas diferenciam bastante porque elas são impensáveis, se você pensar um cara da *Folha [de São Paulo]* ligar para o cara da [Rede] Globo e falar: "ô, vamos fazer essa pauta juntos, a gente sai junto, no mesmo dia". Não, não vai acontecer, né? Fora a questão de onde buscar financiamento, a gente não quer buscar um financiamento tanto que seja por uma só fonte, porque te deixa um pouco dependente, e nem que seja por meio de anúncio, por essa coisa que seja 100% comercial. Acho que essas coisas diferenciam bastante o funcionamento da Vaidapé do funcionamento de uma grande mídia. À parte do conteúdo e do viés que a gente dá para a nossa cobertura.

**Pesquisadora:** Ainda pensando um pouco sobre essa relação entre vocês e o jornalismo convencional. Você vê vantagens e desvantagens em relação a esse modelo convencional? Tem algum aspecto desse modelo que você acha que teria um impacto positivo na Vaidapé se fosse aplicado por vocês? Algum aspecto, enfim, pode ser um detalhe de funcionamento, algo assim.

**Thiago Gabriel Lopes:** Eu acho que tem algumas coisas que a gente tem que olhar para o jornalismo tradicional e aprender. Por exemplo, a questão da estrutura ela é essencial, se você tem uma redação

funcionando, com as pessoas recebendo, dentro do piso – o que já não acontece mais, né? Mas, enfim, recebendo – você podendo ter um pauteiro, podendo ter um rádio escuta, podendo ter um produtor, um cinegrafista, um repórter. Eu acho que a estrutura é importantíssima para o bom jornalismo, a gente sente essa falta. Muitas vezes, a gente não consegue fazer as coberturas da forma que a gente quer por falta de estrutura. Acho que a grande contribuição do jornalismo tradicional para as novas mídias, e acho que as novas mídias ainda estão engatinhando em incorporar isso, é a questão da apuração, a questão do trato com o fato jornalístico, né? Muitas vezes por falta de estrutura e muitas vezes por falta de uma concepção do jornalismo como tal, eu acho que as mídias alternativas, as mídias independentes, acabam não fazendo uma apuração tão profunda sobre alguns acontecimentos, sobre alguns fatos. Isso eu acho que a grande mídia ainda tem, salvo alguns casos, que a gente vai ver que as pessoas realmente negligenciam essa apuração, seja por uma opção ideológica ou não. Eu acho que eles ainda têm um fazer jornalístico que leva mais em conta a apuração e a investigação e o tempo também, para você poder fazer, e a estrutura acaba ajudando nisso. Então, acho que é a estrutura e o conceito da apuração jornalística tradicional [que] ainda são pontos positivos da mídia tradicional. Mais nada.

**Pesquisadora:** Eu queria passar agora para algumas perguntas mais específicas sobre a sua participação individualmente no projeto. Quantas horas, em média, você se dedica às atividades da Vaidapé por semana?

**Thiago Gabriel Lopes:** Nossa, várias. Várias. Mais do que eu deveria, inclusive. Acho que a gente se dedica muito, porque não é só o tempo que a gente está lá, a gente vai ficando angustiado, a gente quer fazer acontecer. Se eu não for na reunião, como é que fica?

**Pesquisadora:** Só para explicar, essa conta eu digo pode ser trabalho de casa também. Trabalhos que você faz para o projeto.

**Thiago Gabriel Lopes:** É, porque eu acho que essa é a maior conta mesmo. A maior conta é do tempo que a gente despende quando a gente está na nossa casa, quando a gente está pensando, fica ali no grupo falando, dando ideias e aí vai atrás de alguém e não sei o quê, de uma apuração. Então o trabalho jornalístico, ele é um trabalho que meio que não para, né? Porque a qualquer momento pode surgir uma informação, um fato, algo novo para você abordar. E aí é bom estar preparado para fazer isso. Fora o tempo que a gente despende lá, que já é bastante tempo, e que hoje em dia é menos, eu acho que a gente ainda despende muito tempo da nossa vida pessoal para elaboração do projeto, para ir cobrir as pautas também autonomamente. Seja cobrir as pautas, seja

editar um vídeo, seja mexer no site, né? Então eu devo despende, ah... todo dia eu estou ou na Vaidapé ou pensando sobre a Vaidapé. Então, já dá para ter uma medida de que é bastante. Mas eu acho que a gente também está amadurecendo no sentido de perceber que a gente não precisa ter esse pensamento tão angustiado e tão sobre-humano sobre o projeto. A gente pode confiar mais no projeto, confiar mais no que cada um tá fazendo e, assim, ter mais tempo para a gente tocar as nossas coisas, os nossos projetos pessoais. Todo mundo é muito jovem lá, todo mundo tem um monte de coisas que quer fazer dentro da Vaidapé, fora da Vaidapé. Então acho que a gente está amadurecendo no sentido de também se preservar um pouco com relação ao projeto, porque é um projeto que consome muito. Até pelas dificuldades que ele impõe. Mas é bastante tempo que a gente dedica.

**Pesquisadora:** Quantificando em horas, em média...

**Thiago Gabriel Lopes:** Quantas horas têm uma semana? Uma semana vai ter...

**Pesquisadora:** Ou por dia, por exemplo, se chega há quatro horas por dia seria umas 20 horas em uma semana, sem contar o final de semana.

**Thiago Gabriel Lopes:** Acho que vai dar meio por isso, assim. Fora o tempo que a gente passa no trânsito, indo para a Vaidapé ou voltando, né? Acho que vai dar por aí, acho que todo dia pelo menos umas três, quatro horas de Vaidapé. Seja pensando, seja indo lá. Mas também a gente está aprendendo com isso, né?

**Pesquisadora:** Cerca de vinte horas...

**Thiago Gabriel Lopes:** Cerca de vinte horas semanais. Que daria um bom salário, né? Vinte horas semanais...

**Pesquisadora:** [risos] É! E você poderia descrever mais ou menos a sua rotina, como costuma ser a sua rotina de tarefas no projeto?

**Thiago Gabriel Lopes:** O que eu sempre quis fazer na Vaidapé, e o que eu ainda quero fazer na Vaidapé, é o trabalho jornalístico. A minha área é um pouco essa e acho que é a área que mais consome o nosso tempo, né? Porque sempre tem gente mandando sugestão de pauta, alguém vindo falar: "tá acontecendo tal coisa aqui, vocês não querem cobrir pela Vaidapé?", "Vai ter tal evento no fim de semana, vamos lá com a Vaidapé", "Ah, tem tal pessoa para ir para a rádio" – porque também tem a rádio, que eu me dedico bastante e que já é duas horas do programa de segunda-feira, para ir e fazer o programa, fora o tempo de arrumar o convidado. Então o meu trabalho é mais nesse sentido da apuração jornalística, do ir para a rua, mas também faço coisa de vídeo, tanto filmar, depois editar. Quando eu consigo, faço também. Quando, por exemplo, o Sujão [João Miranda] não pode fazer aí eu pego e edito. E,

além disso, também sou uma das pessoas que tá sempre ligado no e-mail, tá sempre ligado em responder às pessoas no Facebook. Eu sou uma das pessoas, né? Porque tem algumas que fazem isso. Então eu acho que é isso, acho que é articulação da Vaidapé com outros agentes, né? Sejam movimentos, pessoas, estudantes que queiram fazer matéria. O trabalho da rádio, que eu toco também bastante, de forma bastante ativa. E o trabalho jornalístico, que é o que eu mais quero fazer ali dentro, é o que eu mais toco. E é um trabalho meio que não para nunca, né? Pode a qualquer momento aparecer alguma coisa. Mas a minha prioridade é estar na rua, é estar fazendo matéria, depois voltar, escrever, mexer com as fotos, postar no site, fazer repercutir. Acho que é um pouco esse o meu trabalho mais na Vaidapé. Fora esse lado da gestão que a gente discute e pensa as coisas todos juntos.

**Pesquisadora:** Essa parte da gestão não tem uma divisão, por exemplo, quem responde e-mails, quem atende determinado grupo. Vocês vão se comunicando e se combinando no momento.

**Thiago Gabriel Lopes:** É, é bem informal. Infelizmente, porque seria ótimo, a gente já pensou inclusive.

**Pesquisadora:** Já foi mais formalizado em algum momento? Ou mais direcionado...

**Thiago Gabriel Lopes:** Já chegou a ser mais direcionado, mas não por uma questão de escolha, por uma questão de sobrecarga mesmo. De a pessoa estava fazendo isso sempre e se ela não fizesse, ninguém fazia. E ela acabava fazendo. Mas hoje em dia já não é mais assim, a gente consegue que todo mundo dê uma atenção para essas coisas. Mas a gente já pensou nisso e acho que é importante a gente realmente dividir quem tá nessa parte mais da relação de comunicação institucional, seja com estudantes que querem entrevistar, seja com sugestão de pauta. É bem desorganizado, mas eu acho que a gente tem que organizar melhor.

**Pesquisadora:** Você divide a sua atuação na Vaidapé com que outras atividades? Trabalho, estudos... Quais são as suas outras ocupações?

**Thiago Gabriel Lopes:** Atualmente eu estou trabalhando como estagiário na Secretaria Municipal de Educação, das 8h ao meio-dia – é um estágio tranquilo, são quatro horas. E também estou fazendo [faculdade] PUC ainda. Então, à noite toda, desde às 19h às 23h, eu estou na PUC. O período que eu tenho para a Vaidapé é de tarde, e aí de tarde eu quase sempre estou pensando ou estou fazendo a Vaidapé. Então eu divido com isso, divido com o meu estágio e com a faculdade.

**Pesquisadora:** Entendi. Eu não sei como tá o seu tempo...

**Thiago Gabriel Lopes:** Tá suave, vamo que vamo.

**Pesquisadora:** Tá suave? Tá, porque aí tem as perguntas que eu queria



fazer especificamente sobre o Copa. E aí mudar um pouquinho a pauta, mas ainda dentro da participação da Vaidapé, mas entrar mais nessa questão do projeto.

**Thiago Gabriel Lopes:** Uhum. Manda bala.

**Pesquisadora:** Você participou da concepção do projeto do Copa?

**Thiago Gabriel Lopes:** Sim. O projeto foi uma ideia que a gente teve por conta assim... Acho que, depois de 2013, as mídias independentes repercutiram muito 2013. Seja nos movimentos sociais que estavam compondo a pauta, principalmente o MPL [Movimento Passe Livre], seja nas lutas que se seguiram ali, né. Acho que a cobertura das mídias independentes ficou focada naquela ressaca de 2013, que é em grande parte os protestos que aconteceram em 2014, que também fazem parte desse hall. Então, quando a gente sacou, no começo de 2014, que ia ter uma Copa dentro dos estádios e uma Copa fora dos estádios, e a gente sabia que a mídia ia cobrir muito a Copa do Mundo daquela forma que cobre grandes eventos, glamourizando e falando de cada personagem, cada história, cada camarote e tal, não sei o quê, a gente falou: "meu, a gente precisa organizar uma cobertura de mídias independentes que vá abordar as lutas sociais que estão se travando enquanto existe um enfeite sendo feito dentro dos estádios, né?". E aí a gente falou: poxa, então vamos juntar os coletivos de mídia e vamos lá. Acho que quem participou bastante da elaboração, mais do que eu até, foi o Paulo [Motoryn] e o Sujão [João Miranda]. O Paulo, o Sujão, o Vitão [Victor Santos], era o pessoal que tava bem ativo nisso, eu ainda estava mais no começo da Vaidapé.

**Pesquisadora:** Mas... Desculpa te interromper, só para entender. Então é uma ideia que vem da Vaidapé e aí vocês procuram os outros coletivos.

**Thiago Gabriel Lopes:** Ela surgiu da Vaidapé, é um projeto idealizado pela Vaidapé. E aí quando a gente pensou o projeto, falou: vamos fazer o edital de tal jeito – e essa concepção já era uma coisa muito, muito um primeiro esboço, a gente não sabia como isso ia rolar – a gente começou a soltar e-mails para os coletivos (falando: “ah, estamos com esse projeto, vai ser em tal lugar, durante tais dias e a gente gostaria que vocês participassem, vamos fazer uma reunião preliminar, depois já vamos começar a se juntar”). E aí a gente mandou para vários coletivos alguns – vários – também se disponibilizaram e se interessaram em participar do projeto, outros não. Por exemplo, a gente lembra sempre o caso da *Carta Capital*. A gente mandou e-mail para eles, falando sobre essa cobertura, e eles mandaram um e-mail de volta, super-respeitoso, mas dizendo: ah, acho que a gente não se enquadra nesse *hall* de mídias

independentes, a gente tem um edifício na avenida Paulista, CNPJ, não sei o que", e a gente falou: "ah, beleza". Então, acabou sendo mais os movimentos autônomos, os movimentos que eram mais insipientes. As mídias de esquerda, progressistas, mais consolidadas, meio que deram de ombros para o projeto. Fora a TVT, a TVT teve lá. A gente começou a se juntar e os coletivos iam aparecendo, também midialivristas que não necessariamente faziam parte de coletivos, mas que queriam somar naquele projeto. E começou, e aí a gente começou a organizar as atividades. Era um trabalho bem diário, a gente passava muito tempo no Copa, a gente passava muito tempo pensando o Copa, que era um projeto totalmente novo e que a gente sentiu uma resposta grande, falou: "poxa, a gente criou isso, o pessoal está interessado, então vamos fazer ser legal". E foram várias dinâmicas que a gente pensou, várias deram certo, várias deram errado. Acho que a gente aprendeu muito com o processo, e acho que as principais atividades que a gente conseguiu montar foram: fazer uma cobertura colaborativa no site, com que várias notícias, de vários veículos independentes fossem divulgadas em um único lugar, em um único portal, que era o portal do Copa. Ao mesmo tempo, a gente conseguiu fazer as entrevistas coletivas, na casa que a gente estava, que também eram conversas bem legais, eram entrevistas coletivas com mídias independentes. Era meio que um Roda Viva das mídias independentes. Tanto que o primeiro convidado que a gente leva é o Juca Kfourri, um dia antes da abertura da Copa, e ele fala na entrevista: "ah, olha que engraçado, amanhã sabe onde eu vou estar? No Roda Viva". Era bem parecido e foi um projeto muito legal, que juntou bastante gente, levou o Juca Kfourri, o Guilherme Boulos, o Pablo Ortellado, bastante gente legal para conversar com a gente. Ficou mais nisso, ficou mais na convivência entre coletivos, na troca de experiências, nas idas junto para a rua. A gente se encontrava, a gente trocava informações, a gente repercutia os mesmos conteúdos. E acho que foi esse o saldo. Mas também foi um projeto, assim, a gente imaginou que ele fosse ser mais colaborativo e, no final, ele tinha um pessoal tocando, principalmente, que era o pessoal da Vaidapé. Então vários projetos do Copa, tanto as entrevistas coletivas quanto o Copa rebelde, que era uma análise dos movimentos sociais em todos os países que estavam na Copa, eles foram projetos que a gente fez, que o pessoal da Vaidapé fez, e outras coisas que outras pessoas fizeram. Acho que foi isso assim, um pouco o resumo do projeto.

**Pesquisadora:** Como que foi a articulação para viabilizar o espaço?

**Thiago Gabriel Lopes:** Então, nessa época, eu ainda era um pouco tímido na Vaidapé. Não cheguei a participar muito dessa articulação do

espaço, quando eu vi já tinha um espaço. Aí eu falei: “opa, massa, agora eu vou pensar junto com vocês o projeto”. Mas o contato com a Li An surgiu porque o Vini [Vinícius Pereira], que é um dos caras da Vaidapé, estava trabalhando na Busca Vida filmes, que é uma produtora que a Li An estava tocando junto com a Petra Costa, que é cineasta. Ele estava fazendo o filme *Helena*, que foi um filme da Petra, e ele estava editando junto com a Petra e aí começou a falar do Copa, e tal tal tal, e aí fechou o espaço e ela falou: “vou bancar esse espaço para vocês”.

**Pesquisadora:** Entendi, foi dessa forma, então. Você já comentou um pouquinho sobre como era a dinâmica com os outros coletivos, mas eu queria que falasse um pouco mais sobre como, pelo que você lembra, que funcionava essa organização interna do espaço. Se tinha parceria, por exemplo, de equipamento, ou algum tipo de parceria nas coberturas, como que era essa relação com os outros coletivos?

**Thiago Gabriel Lopes:** Então, a gestão do espaço ficava mais na responsabilidade da Vaidapé, porque era quem estava assumindo as responsabilidades realmente, com as pessoas que liberaram a casa para a gente. Mas, assim, era uma casa engraçada, porque ao mesmo tempo tinha a Graça, que era essa pessoa que morava lá, e tinha o Riba, que era um cara que estava fazendo um documentário sobre a Virada Paulistana, e ele também morava lá. Era uma casa assim meio, um ambiente de cultura, de arte, que estava sendo produzido ali. Então não era só nossa a gestão da casa, a gente tinha o espaço da nossa redação mesmo. E com relação a equipamento, foi bem basicamente como é a Vaidapé, cada um levando os seus equipamentos e aí, na medida do possível, a gente disponibilizava para todo mundo, a gente tentava fazer a divisão. Teve uma época que a gente pensou em fazer uma rádio livre lá dentro, com o pessoal da Rádio Várzea, eles iam levar o transmissor e tal, mas aí acabou miando, porque a Li An falou: “não, um negócio ilegal aqui, também não”. Então ficou meio nessa. Mas era isso, era bem tranquilo, não era muito conflituoso, não.

**Pesquisadora:** Na sua avaliação, quais são as principais vantagens e desvantagens disso de usar uma estrutura compartilhada, nessa experiência especificamente?

**Thiago Gabriel Lopes:** A maior vantagem foi a troca de experiências com outros coletivos. Então, conhecer as pessoas, entender o funcionamento de cada coletivo. Ter um espaço para que a gente possa produzir em rede, né? Então ajudar a pauta de outro coletivo, o outro coletivo ajudar na sua pauta. Acho que a criação do ambiente de redação compartilhada foi muito bacana, isso foi muito legal. E acho que esse foi o maior ganho. Com relação, por exemplo... o grande substrato de

conteúdo que a gente conseguiu fazer foram as manifestações de rua, porque a gente conseguiu cobrir legal, e a gente conseguiu cobrir com vários coletivos articulados, e acontecia alguma coisa a gente estava na cena, né? Tanto que o Murilo, que foi um estudante que foi preso em uma manifestação e foi torturado na Secretaria de Segurança Pública, ele foi dar a primeira entrevista lá na redação do Copa, pros coletivos de mídia independente. Todas essas pessoas que eu falei, o Juca, o Guilherme Boulos, se interessaram também por estar lá dentro. Eram as pessoas que estavam tocando esse movimento. O Boulos estava com a Ocupação Copa do Povo, que foi um pouco antes da Copa, do lado do estádio do Itaquera, eles fizeram uma ocupação. Inclusive conseguiram o espaço, por conta da pressão. Acho que foi isso, a principal vantagem foi a articulação com outros coletivos, a gente foi conhecer melhor os coletivos. Que era uma coisa que a gente conhecia muito de se encontrar na rua, de se encontrar em eventos, e a gente conseguiu criar um espaço que a gente pudesse se articular. Desvantagem, não sei. Não sei se teve alguma. Desvantagem foi o que a gente não conseguiu fazer, né? Acho que foram os fracassos, por assim dizer, que a gente pensou que ia conseguir fazer e não conseguiu.

**Pesquisadora:** Teve algum aspecto específico que você acha que não funcionou bem?

**Thiago Gabriel Lopes:** Não, acho que rolou legal. Acho que rolou bem legal.

**Pesquisadora:** No sentido de algo que pudesse ser mudado no caso de repetir essa experiência, já tendo passado por ela, que "ah, isso aqui poderia mudar, talvez".

**Thiago Gabriel Lopes:** Ah, sim. Não, aí muita coisa. Por exemplo, a comunicação que a gente tinha com os outros coletivos ela era muito ruim. A gente mandava e-mail de vez em quando, aí de vez em quando fazia um grupo, aí não sei o quê... A gente não sabia muito bem como articular essa comunicação. Acho que hoje a gente faria isso melhor. Por conta disso, a gente perdeu a presença de muitos coletivos, a gente não conseguiu articular para reuniões, para outras coisas. Acho que com relação a... Acho que a gente ainda era muito jovem no movimento de mídia independente, a gente não tinha a maturidade que a gente tem hoje para conseguir realizar certas coisas. Talvez a gente não acreditasse que fosse possível realizar certas coisas que hoje a gente acreditaria e teria colocado mais dedicação em fazê-las. Mas acho que isso, a comunicação – com os outros coletivos, porque a gente se entendia bem quando estava lá dentro –, talvez tenha sido o ponto mais difícil. Fora a divulgação também, do projeto. Foi um projeto que repercutiu, mas não

tomou a repercussão que a gente esperava, a gente esperava que fosse ser uma coisa assim: "paaaa, coletivos se juntam para fazer a cobertura alternativa da Copa". E a gente percebeu que exigia um trabalho absurdo para conseguir fazer essa coisa chegar em todo mundo. E a gente não conseguiu fazer na medida que a gente queria, mas também aprendemos muito com isso.

**Pesquisadora:** Entendi. Bom de forma geral, da entrevista como um todo, tem algo que você gostaria de acrescentar? Algo que eu não mencionei que seria importante registrar?

**Thiago Gabriel Lopes:** Não, acho que foi muito legal o seu trabalho. Acho que foi massa sua presença aí, de acompanhar. Legal isso porque normalmente a gente recebe perguntas, a gente responde às perguntas e fica por isso mesmo. E acho que você viu bem além das perguntas, né? Porque a gente tem respostas, vocês têm perguntas e a gente tem respostas, que são basicamente as mesmas porque a história do coletivo é a mesma. Mas, vendo ali de perto, dá para ter uma noção bem legal do funcionamento, das contradições, de tudo isso. Acho legal, escreve tudo aí, bota tudo no papel.

**Victor Brito Santos, 25 anos, graduado em Jornalismo pela PUC-SP**  
*Entrevista concedida em 30/11/2016, nas imediações da estação de metrô Santa Cruz, em São Paulo.*

**Pesquisadora:** Você teve outras experiências com jornalismo antes de participar da Vaidapé?

**Victor Santos:** Sim. Eu trabalhei no Band News TV, trabalhei no Catraca Livre e tive uma experiência com a Rádio Várzea, que era a Rádio Livre da [trecho incompreensível].

**Pesquisadora:** O que te motivou a se aproximar do coletivo e a participar de forma mais intensa da concepção do projeto em si?

**Victor Santos:** Eu tenho uma criação muito burguesa, aristocrática até. Então a esquerda para mim não é lugar comum. Quando eu fui para humanas mesmo, no começo da faculdade, eu estava procurando aonde me movimentar. No começo, a Rádio Várzea fez muito sentido, mas quando eu acabei saindo da USP, eu fiquei um ano e meio só lá, eu meio que fiquei sem onde militar. Eu achava os espaços de CA muito aparelhados por PSOL, PSTU, sei lá. E aí quando eu vi a Vaidapé, eu achei interessante e calhou do Paulo [Motoryn], que era da minha sala, ter acabado de conhecer o João [Miranda], e ter falado: "mano, precisava falar com você disso mesmo" e tal. Aí conheci o João, vi que jornalismo era o que eles estavam precisando. E aí foi isso. Eu fui entrar mesmo, assim... Eu fiz matéria para a segunda revista, que foi em 2013, mas, em 2014, acho que foi o ano que eu acabei entrando melhor, porque, em 2013, eu trabalhava no Catraca Livre.

**Pesquisadora:** E até quando você ficou de forma mais ativa do que agora?

**Victor Santos:** Ah, até o começo desse ano, 2016. Pode-se falar aí. Desde 2013 até o começo... uns três anos.

**Pesquisadora:** E nesse período que você participou do núcleo – posso dizer assim – do núcleo do projeto, você em algum momento participou do processo de articulação para trazer mais pessoas para o projeto? Como que funcionava isso?

**Victor Santos:** Não tinha um "como". A gente fez reuniões, grande né. Que a gente fazia convocação e tal. Mas eu acho que o que mais funcionou, pensando nas pessoas que estão hoje, foi uma aproximação mais pessoal das pessoas. Eu vejo que o Xei [Thiago Gabriel Lopes] e o Bira [Ubirajara Eclécio Neto], por exemplo, são dois caras que o Paulo foi atrás bastante. Eu vejo que a Pati [Patrícia Iglécio] foi uma mina que curtiu muito e conheceu o Henrique [Gandolfo] e tal e entrou. Então eu acho que a articulação trazendo... Eu mesmo tentei trazer muita gente, se

você procurar, você vai achar uma coisa ali do Leonardo Blecher, por exemplo. O Léo trabalhou comigo, já, é um amigo meu, gostava da Vaidapé, mas eu nunca consegui trazer ele pro quadro. Trouxe amigos meus que tiram foto, trouxe ensaio deles. Mas assim de trazer as pessoas para a Vaidapé aconteceu de várias formas e nunca deu muito certo.

[interrupção]

**Pesquisadora:** Como você identifica o modelo de organização adotado pela Vaidapé ao longo desse tempo? Não necessariamente uma avaliação, isso eu vou te perguntar depois.

**Victor Santos:** Mas como eu classifico?

**Pesquisadora:** É, como você identifica. Por exemplo, é um coletivo...

**Victor Santos:** Coletivo.

**Pesquisadora:** Qual foi a fonte de recursos que viabilizou o projeto ao longo desse período que você está?

**Victor Santos:** Vendendo cerveja na faculdade e edital.

**Victor Santos:** Só ajudei, não participei.

**Pesquisadora:** Você não fez parte da equipe...

**Victor Santos:** Não. Fui até contra.

**Pesquisadora:** Ah é? Por quê?

**Victor Santos:** Porque eu não acho que tinha a ver com a gente.

**Pesquisadora:** Que aspecto que você achava que não...

**Victor Santos:** A gente nunca tinha feito nada disso, de produção cultural nesse nível. E eu achava que era um esforço que não condizia com a nossa atuação. Acho que foi positivo, no final. Não acho que é questão de eu ter queimado minha língua, mas acho que foi positivo. Mas sim, tirou muito a atenção da produção de conteúdo.

**Pesquisadora:** E o que era essa parte de produção cultural? Você poderia descrever?

**Victor Santos:** Produção cultural é literal, na verdade, organização de show, de debate, de sessão de cinema. Dessas coisas. A gente tem pessoas que acabaram se focando nisso ao longo do tempo, como o Bira, o Bira é um produtor cultural. Abriu meio mão do jornalismo já faz um tempo. Ele é um cara que está estudando, está fazendo, está correndo atrás. Mas aí produção cultural tem as atividades no Grajaú, no CEU Butantã. A gente promoveu sessões de um filme de catadores que foi um amigo nosso que fez. Tem uma série de iniciativas aí. Rolou muita discussão de tipo: “ah, menos produção cultural, mais jornalismo”. Ou não. Essa é uma discussão que tem acontecido bastante e acho que agora já tá mais de boa.

**Pesquisadora:** Mas tinha uma parte de jornalismo também no edital? Ou não?

**Victor Santos:** É, tinha que publicar o que a gente ia fazer. No começo a gente até tentou fazer umas coisas mais – a gente não, eles, né –, com uma pegada mais de informação mesmo, tentando fazer debates e tal. Que acabou não funcionando no Grajaú, por exemplo. Isso foi acontecer melhor com shows de rap, com microfone aberto. Que era o que o pessoal de lá queria.

**Pesquisadora:** Entendi. Sobre as sedes, as diferentes sedes que o projeto já teve ao longo desse tempo. Você participou do processo de articulação de alguma delas? De mudança de uma para outra...

**Victor Santos:** De todas, na verdade.

**Pesquisadora:** Você pode me contar um pouco como foi?

**Victor Santos:** A gente começou em uma casinha no Butantã, ali perto da Francisco Moratto. Se quiser eu te passo o endereço depois, agora eu não lembro. Que era o lugar que o João tinha trabalhado e a dona da casa era mãe de um amigo dele, que participou da Vaidapé uma época, que é o Tônico – bem pouco ele participou, mas participou. E aí a gente ficava lá, ela fazia um preçõ camarada, ela gostava da iniciativa, a gente tinha uma sala que a gente podia fazer reunião, tinha um jardimzinho lá, a gente fez umas festas lá também para conseguir dinheiro. Daí se aproximou de nós a Li An (a Li An é uma herdeira da Andrade Gutierrez, é uma mecenas aí que foi guerrilheira, conhece a [presidente] Dilma pessoalmente e tudo). E aí ela queria fazer algum projeto na Copa do Mundo, e a gente sugeriu o Copa 412, que para nós, na época, pareceu uma boa ideia. Tinha um amigo que trabalhava com ela, que era o Vinicius [Pereira], e aí fomos para lá. Ficamos lá fazendo esse projeto. Daí depois disso, ela mudou a gente de casa, quando a gente já não estava mais fazendo o projeto com ela. Ela falou: "olha, tem um espaço para vocês, mas vocês têm que sair daqui". E aí a gente viu que não estava funcionando muito bem na casa dela, não era a nossa casa, e aí voltamos para essa casinha, só que aí a Ceci, que era a dona da casa, teve alguma coisa com grana e aí precisou vender a casa e a gente foi para a casa do Sujão, lá nos fundos, que é onde a gente está até hoje.

**Pesquisadora:** Nesses espaços antes da casa do João, tinha alguma contrapartida pelo uso do espaço?

**Victor Santos:** É, na Ceci a gente tinha que pagar 400 reais, o aluguel da sala. Na Li An, no Copa a gente tinha um projeto, a gente tinha uma proposta, que foi o Copa. Mas contrapartida, assim... A gente acabou saindo porque a gente achou que não estava mais dialogando, porque na hora que acabou o Copa, a gente apresentou uma ideia e ela se mostrou fechada a essa ideia, era período de eleição, ela se mostrou não interessada com a nossa ideia. Era campanha, ela estava preocupada



com a campanha da Dilma, queria bancar alguém para fazer isso, não era do nosso interesse e aí a gente acabou se separando dela. E no Sujão, não tem contrapartida nenhuma na casa dele.

**Pesquisadora:** Com que frequência vocês costumam se reunir – mais no início do projeto e agora?

**Victor Santos:** Todo dia. 2014 todo dia.

**Pesquisadora:** Todo dia. Mas isso de convivência. Mas, por exemplo, reunião de produção de conteúdo, acontecia todo dia também? Tinha um dia fixo?

**Victor Santos:** Ela era meio transversal a tudo o que a gente fazia. A gente era muito moleque, então a gente não sabia muito como, o que publicar, o que era a Vaidapé. Foram discussões muito difíceis porque a gente nunca teve alguém que tivesse essas coisas mais claras. Foi meio na loucura que a gente começou. Eu lembro da reunião de pauta da segunda revista, que fui eu, o Paulo e Sujão, e eu falei – tinha acabado de ser 2013 –, falei: “meu, vou fazer uma matéria de black blocs, os caras: “beleza”, o Paulo: “ah, vou fazer daquilo lá”. Sei lá. A gente tentou fazer reuniões semanais e tudo, e só foi dar mais certo mais para frente. Mas nunca foi assim que a Vaidapé conseguiu se estruturar. A Vaidapé foi um negócio muito transversal, essas discussões. Tudo o que a gente fazia, isso entrava no meio. Era tipo: vai ter um show de uma banda que foi na rádio – ah, então posta. “Ah, mas esse show é 50 conto” – ah, então não posta. Era muito na hora, assim. Era tipo, nossa, tá pegando fogo lá não sei aonde. Alguém consegue ir? – ah, não, ninguém consegue. Ou: Ah, não sei quem tá lá perto, vai conseguir ir, beleza. Tanto que a gente fez tempo real, meio que nem a Mídia Ninja fez em 2013. A gente séries, o que é o Rap, o Salve Rasta. Até o Rap continuou, o Salve Rasta travou. Depois o Copa. A gente já fez coisa de agenda, mas nunca foi o nosso foco fazer agenda. Tem várias coisas, eu acho.

**Pesquisadora:** Esse “mais na frente” que você falou, de quando começou a rolar mais reunião, foi quando, mais ou menos?

**Victor Santos:** 2014, 2015.

**Pesquisadora:** Tá, ok.

[interrupção]

**Pesquisadora:** Quanto à frequência de produção de conteúdo. Você já comentou um pouco que dependia muito da disponibilidade de vocês e tal. Mas você acha que daria para enquadrar entre diária, semanal ou mensal, em diferentes momentos?

**Victor Santos:** Sim, eu acho que 2013 foi um ano de muita estruturação. Eu trabalhava na época, então também não estive presente

no dia a dia, mas foi um ano de estruturação. A gente soltava artigos de opinião – e, na minha opinião, meio infantis – e de repente soltava uma matéria que alguém mandava. Em 2014, foi um ano de mais estruturação, assim, acho que teve uma época de matéria todo dia, até. Mas aquilo, a Vaidapé sempre foi um negócio dinâmico e de transformação constante. Então é muito difícil de colocar o pé assim. Eu acho que teve momentos de todo dia. Não foi a maioria do tempo? Não, mas teve.

**Pesquisadora:** Sobre a sua participação individualmente. Quantas horas, em média, você se dedica ao projeto por semana? Isso pode dividir em antes e agora.

**Victor Santos:** Nossa, já foi 10 horas por dia, fácil. Ou mais. Em 2014, eu recusei um trabalho para ir para lá, para ficar lá tentando fazer virar. Meu ano de TCC, eu ficava o dia inteiro lá e chegava em casa e ficava trabalhando no meu TCC, que tinha a ver com a Vaidapé. Então acabou misturando muita coisa. Então eu acho que assim, a Vaidapé 11 horas por dia, por uns 6 meses, não seria errado falar. Contando sábado e domingo.

**Pesquisadora:** E hoje?

**Victor Santos:** Hoje eu não participo mais da Vaidapé.

**Pesquisadora:** Sim, mas as atividades que você participa. Por exemplo, a rádio, como colaborador.

**Victor Santos:** A rádio me cobra umas oito horas por semana. Chutando alto. Porque aí articula com convidado, aí busca o convidado, aí articula com a rádio, aí faz reunião. É no total, em uma semana eu devo gastar... Menos, vai, umas seis horas.

**Pesquisadora:** E além da rádio que outras atividades você faz hoje? Faz matéria também?

**Victor Santos:** Faço matéria, mas muito pouco. Ontem mesmo eu estava lá fazendo coisa para a Vaidapé. Mas não faço.

**Pesquisadora:** Mas e essas matérias que você faz, você sugere as pautas ou o pessoal te pede?

**Victor Santos:** Não, eu faço a pauta e mando. Se eles quiserem.

**Pesquisadora:** Entendi.

[interrupção]

**Victor Santos:** Pode até me pedir assim: "ô, precisa de um fotógrafo", mas faz tempo que isso não acontece também.

**Pesquisadora:** Entendi, é esse tipo de demanda. Sobre essa relação entre ser um membro do projeto e dividir o tempo com outras ocupações. Como que foi isso ao longo do tempo?

**Victor Santos:** Muito difícil. Foi o mais difícil. Porque as outras ocupações, uma era a faculdade, que era uma obrigação, né? Que eu precisava me livrar o quanto antes. E as outras eram trabalho, por exemplo. Ou sei lá, obrigações familiares.

**Pesquisadora:** Sim. Em algum momento você conciliou faculdade, trabalho e coletivo?

**Victor Santos:** Sim. A maior parte do tempo.

**Pesquisadora:** De forma geral, a partir dessa experiência que você teve no projeto todo esse tempo, como você avalia o modelo, a dinâmica de organização da Vaidapé?

**Victor Santos:** Eu acho que não tem como ser diferente, eu acho que em primeiro lugar é isso. Não tem como ser diferente ali. Porque ali é uma galera de esquerda que tem uma tendência autonomista, anarquista, a maioria assim. O Vaidamina é o que difere nisso, tem umas minas que pensam um pouco diferente, mas a Vaidapé carrega essa mesma correria. E aí eu acho que também que ali ninguém ia se sujeitar a ser subordinado a alguém, no sentido de chefe. Só que ao mesmo tempo eu acho que essa horizontalidade toda da Vaidapé, assim como aconteceu em outros coletivos, da mesma natureza, da mesma filosofia – talvez, não mesma natureza. Como o MPL que foi uma coisa que a gente sempre se espelhou – essa horizontalidade, ela promove muito autoritarismo, também. Porque no momento em que ninguém é responsável por nada, alguém pode se sentir responsável por tudo. E aí alguém pode se sentir prejudicado porque talvez na cabeça da pessoa, ou na prática mesmo, tá fazendo mais. E isso faz com que ela se permita cobrar outras pessoas, sendo que essas outras pessoas não estão nesse acordo.

**Pesquisadora:** Não existe um acordo na verdade...

**Victor Santos:** E aí as pessoas acabam sendo pressionadas, uma coisa que pode vir do nada, que você não está esperando, e que para a outra pessoa é muito claro. Eu convivi muito com cobrança comigo, e quando eu pedi ajuda era difícil porque todo mundo estava fazendo alguma coisa. Então, eu acho inevitável esse modelo, mas acho que ele cria estruturas de poder internas que são muito delicadas, muito chatas de lidar. Porque aí você acaba indo para outros planos. Por exemplo, o Ike [Henrique Gandolfo], o Sujão [João Miranda], o Paulo [Motoryn] e a Pati [Patrícia Iglécio] são muito amigos. Muito. Se um deles fala alguma coisa na Vaidapé, já faz um tempo, tem um peso muito diferente do que se outra pessoa fala. Eles são muito amigos, antes de tudo. Então, eu acho que, assim, se criaram quatro lideranças, que não têm papéis definidos, mas que lideram e tocam do jeito que bem entendem, às

vezes. Lógico que tem toda uma galera junto, mas eu acho que tem umas questões aí de coisas imprecisas, sabe? Às vezes, falta trocar uma ideia um pouco mais... Só que como a galera é muito amiga, também tem medo de botar o dedo na ferida, “pô, não quero que ele fique mal comigo”, “não quero que ela se sinta dessa forma”. E aí tem, acho que tem algumas questões. Mas que nem eu falei, eu acho inevitável que a Vaidapé se organize dessa forma. Não vejo como ela poderia se organizar de outra forma hoje.

**Pesquisadora:** Entendi. E na sua avaliação, qual o principal diferencial entre essa forma de organização da Vaidapé e o jornalismo convencional? Em relação à estrutura e à organização.

**Victor Santos:** Cara, essa estrutura, ela impede que aconteça o que aconteceu com o Catraca Livre ontem, por exemplo. O que aconteceu: o dono da redação – e é bom deixar claro que ele não fez isso para proteger o Catraca Livre nem nada, ele sempre faz isso, eu trabalhei lá e posso falar de dentro, até. Ele do nada vai lá e posta umas coisas que ele acha que vai dá audiência, ponto. Não tem muito... e aí o que aconteceu, ele postou aquilo de manhã, quatro posts, começou a ser xingado. O Catraca começou a ser xingado. Perderam acho que, sei lá, 30 mil likes em coisa de minutos. Depois que isso aconteceu, a galera do Facebook começou a caçar os jornalistas da redação. Então vários amigos meus, vários conhecidos que estão lá tiveram que deletar perfil de Facebook, tirar foto e etc. para preservar a si mesmo. Depois disso, ele viu que era inevitável ele assumir a responsabilidade. Isso é o tipo de coisa que na Vaidapé não iria acontecer. A Vaidapé também valoriza muito quem está chegando. Por mais que seja difícil, por mais que tenha essa estrutura de poder que eu te coloquei, chegou, chegou com uma pauta, chegou com uma dúvida, chegou com não sei o quê. “Peraí, vou fazer um café, cola aí, o que você precisa? Vamo nessa. Ah, aqui, quer que eu revise seu texto?” Vai ter isso. Isso vai rolar. O que não acontece nas grandes redações, né? Você chega e o editor vai ficar te batendo até ele começar a acreditar em você. Eu acho que a Vaidapé proporciona isso. Ela proporciona uma inventividade, também. Eu mesmo, eu aprendi a tirar foto, a editar foto, filmar, revisei muito texto, rádio. Aprendi locução, técnica, software, tudo. Eu acho que a Vaidapé ela tem esses três pontos principais: não tem essa autoridade, que faz merda, que é comum, você vê os editoriais do Estadão e da Folha são até piores do que o que o Dimenstein fez ontem. Ela permite com que pessoas novas... A Pati entrou ela fez assim ó [gesto indicando crescimento]. A Pati, quando entrou, ela já entrou a gente ali dando munção e ela só crescendo. E

essa última questão desse aprendizado, que você pode aprender várias coisas. Você acaba se enriquecendo muito, profissionalmente.

**Pesquisadora:** Sobre esse exemplo que você deu do Catraca, o Gilberto foi lá e postou por conta dele. Na Vaidapé, existe uma autonomia para que cada um poste o que quiser, acho que sempre passa por uma leitura de outra pessoa, pelo o que eu vi até agora, mas pensando nesse exemplo especificamente, teoricamente alguém teria autonomia para fazer a mesma coisa que ele fez. Você acha que isso não acontece também por uma postura diferente das pessoas do coletivo?

**Victor Santos:** Não é dono, né. Ninguém é dono da Vaidapé.

**Pesquisadora:** Sim, mas eu digo que teria a mesma autonomia que ele para chegar lá e postar uma coisa.

**Victor Santos:** Ah, qualquer um. Eu se quiser chegar lá e postar uma puta groselha na página da Vaidapé, pode ser que alguém delete, mas eu posso.

**Pesquisadora:** Por que você acha que isso não acontece, embora as pessoas tenham autonomia? Você acha que desse exemplo específico, eles não fariam o que ele fez por ter um cuidado ético maior, necessariamente? Você vê uma diferença de postura ética?

**Victor Santos:** Eu acho que tem uma questão de mercado aí. Porque o Gilberto Dimenstein tem um negócio, que precisa dar lucro. Eu acho até complicado colocar na conta dele essa busca incessante por audiência. Porque quando rolou a tragédia lá de Santa Maria lá, que queimou a boate toda, a galera no pátio da prefeitura, o ginásio, sei lá. Ah, não. Mariana. Nossa aquilo lá era a Globo na cabeça da galera "ai, a sua mãe morreu? conta a última vez que você falou com a sua mãe". Ninguém fala nada. Isso não é novidade. Eu até fiquei surpreso da reação que teve. Uma Rebeca [incompreensível], que é da Anistia Internacional, postou ontem no Facebook assim: "Se vocês mobilizassem 5% desse ódio ao Catraca Livre para o Datena que é todo dia, ia ajudar, né, gente?" Então eu acho que assim, em primeiro lugar tem isso: a Vaidapé, ela adoraria gerar dinheiro, mas o Catraca Livre existe para fazer o Gilberto Dimenstein mais rico. É diferente. E na Vaidapé, a galera teria que se explicar. Você colocou isso? Como assim? O Gilberto Dimenstein é dono, não precisa se explicar para ninguém.

**Pesquisadora:** Voltando um pouco para pensar essa comparação entre o modelo da Vaidapé e o modelo convencional. No seu entendimento, você vê nessa diferença alguma vantagem ou desvantagem? Você acha que existe algum aspecto do modelo convencional que, se fosse aplicado, adaptado à Vaidapé, seria positivo para o coletivo?

**Victor Santos:** Com certeza. Eu acho que a grande questão da Vaidapé – pelo menos para mim – tipo, eu lá dentro, o que mais dificultou o meu trabalho lá dentro foi uma ausência de alguém como referência. Alguém que fosse ler minha matéria e falasse assim... sei lá, fiz uma matéria sobre ônibus: "nossa, mas você não falou com a Secretaria de Mobilidade, de transporte". Não tinha uma pessoa para falar isso: "nossa, mas faltou você falar com alguém no terminal". Eu fiz muito isso, porque eu era um dos mais experientes, pouca gente trabalhou tanto em redação que nem eu. Então, eu fiz muito isso. Você vê a última Vaidapé, eu revisei o texto do Ike [Henrique Gandolfo]. O Ike não tinha falado com a Secretaria até eu ler o texto. Então, na Vaidapé, para mim, um grande problema é isso da gente ter, em primeiro lugar, uma ausência de uma referência – alguém que fosse ajudar, alguém que fosse te questionar, alguém que fosse te por para pensar. Que fosse te levar e falar: "entrevista esse aqui, entrevista essa pessoa ali". "Ah não sei quem entrevistar". "Entrevista essa". Sabe? Alguém que desse uns toques. E também uma direção, porque todo mundo quer fazer tudo o tempo inteiro. Todo mundo quer fazer agenda, black bloc, Dilma, Egito. Tá ligado? Nunca a gente se dividiu... A gente se dividiu em rádio, em lúdico, em não sei o quê. A gente nunca se dividiu em editoriais, assim. E poderiam ser transversais. A gente tentou, até, se dividir. A gente fez reunião para dividir, mas nunca conseguimos. Acho que essas duas coisas que estão presentes na mídia convencional são duas coisas que ajudariam muito a Vaidapé. Eu falo por minha conta – para mim, teria ajudado.

**Pesquisadora:** E o que motivou a sua saída do projeto?

**Victor Santos:** Ah, muitas coisas, né? Acho que, em primeiro lugar, em 2016, a gente vive uma fase de desconexões, né? É muito tudo, o tempo inteiro, e nada mais próximo do tudo do que o nada, né? Todas as nossas relações, elas estão colocadas podendo ter um fim súbito. Então, acho que a minha relação com a Vaidapé teve um fim que não é só por questões práticas. Tem uma questão, por trás, de desconexão. Poderia acontecer em qualquer outra relação que eu tivesse. Fora isso, tem algumas questões, sei lá. Discordo, por exemplo, da metodologia de trabalho hoje. Na hora de revisar texto da revista, a galera se junta na casa do Sujão e projeta na parede o texto. Eu nunca vi isso em lugar nenhum e eu acho errado. Eu sou da rádio, né? Nunca ninguém fortalece a rádio na Vaidapé. Só gosta de falar que a Vaidapé tem um programa em uma rádio. Só que o edital do Redes e Ruas que passou agora tá lá: oficina da rádio. Ninguém veio falar comigo sobre isso. Acho que tem algumas questões, assim. Acho também que eu cansei. Faço há três anos

o negócio, já recusei trabalho por causa da Vaidapé, tô quebrado de dinheiro e preciso arranjar trabalho. Se eu for ficar me ocupando com Vaidapé, eu acho que eu não vou ficar me preocupando comigo, e eu preciso fazer a minha, sabe? Tá complicado, não tá fácil de arranjar trabalho. E aí eu acho que também chegou em um momento que tudo o que você faz em coletivo tem que ter a ida e a volta, né? Você tem que estar fortalecendo o coletivo e o coletivo tem que estar te fortalecendo. Já faz muito tempo que eu não sei mais como atuar na Vaidapé, e isso faz com que eu me sinta atrasando a Vaidapé. Sem exagero, sem nada, sinceramente. E nessas, eu acho que a Vaidapé acaba me atrasando também. Me trava, não me bota para estudar, não me bota para ver filme, não me bota para, sabe? Então é por isso que eu estou saindo da Vaidapé, uma série de questões, mas eu acho que a grande questão, na realidade, é essa primeira coisa que eu falei – todas as relações que a gente tem estão sujeitas a desconexões inexplicáveis. Porque, com todas as tretas que tem eu poderia tentar e continuar. Eu já tentei voltar para a Vaidapé várias vezes, nunca consegui. Acho que desconectou.

**Pesquisadora:** Obrigada.

**Victor Santos:** Acabou?

**Pesquisadora:** Não, ainda não. Você comentou antes do Copa. E aí eu tenho algumas perguntas específicas sobre o Copa. Você participou da concepção do projeto em si?

**Victor Santos:** Sim.

**Pesquisadora:** E o que motivou vocês? Qual que era a intenção inicial?

**Victor Santos:** Cara, a grande mídia e a cidade de São Paulo tem a concorrência como uma coisa absoluta, assim, de fazer [trecho incompreensível]. A gente vive com isso: "ah, a concorrência, a mão invisível". Por mais que sejam conceitos, para aplicar a mão invisível em São Paulo não dá, porque não são condições plenas de desenvolvimento econômico que fizeram os principais centros, as principais empresas, é uma coisa que é muito colocada aqui. A gente tem quatro times de futebol que vivem brigando, a gente tem Burger King abrindo do lado do McDonalds, a gente tem um milhão de padoca. A gente tem essas coisas aqui em São Paulo. Na minha percepção, é mais forte do que em outras cidades. Essa é uma percepção. Eu acho que eu conheço mais São Paulo do que qualquer outra, mas a minha percepção é que isso existe. E na grande mídia existe muito isso. Ah, a Eliane Catanhêde saiu da *Folha [de São Paulo]*? Foi pro *Estado [de São Paulo]* – só para dar um exemplo, de uma jornalista famosa. Enquanto eles distribuem o jornal na mesma kombi, né? Engraçado. Mas, então, a gente sempre discutiu muito isso da cooperação entre a mídia

independente. Porque a gente não consegue brigar com a audiência e nem com a infraestrutura deles. Então a gente tem que se unir para fortalecer. Precisa de, por exemplo, seis transmissões ao vivo de um ato? Ou precisa de uma, duas para se uma cair. Enquanto isso não pode ter alguém na redação escrevendo? Enquanto isso não pode ter um fotógrafo mandando foto? Precisa ter seis, dez, quinze fotógrafos? Foi meio nessa perspectiva que a gente pensou o Copa, porque o Copa vinha com um governo Dilma muito militarizado, totalmente aliado aos setores mais bizarros. Vinha com o Itaquerão, a privatização dos estádios, em vários outros, mas aqui no Itaquerão o que aconteceu, teve um acidente que matou, se não me engano, quatro operários. E o laudo depois da perícia viu que o solo era um solo muito frágil. Então um trator, com uma peça de não sei quantas toneladas era um momento de perigo, ali. Veio toda essa força com a Copa do Mundo, e a gente acreditava que era um momento de luta, e que se a gente se unisse nessa pegada e cooperasse entre nós – que estava estourando muito, o Guerrilha explodiu na época, o Ninja tava aí (o Ninja não participou, mas tinha muita gente. A própria Rádio Várzea participou do Copa). Então foi meio isso que a gente pensou. A princípio, a gente pensou em ocupar uma praça para fazer. Mas aí como surgiu a casa, e a casa tinha Wi-fi, tudo, ajudava, né? Aí a gente foi para a casa.

**Pesquisadora:** E como que foi essa articulação? Bom, a articulação da casa você já comentou antes, né. Como que foi o contato com os outros coletivos? Essa articulação para formar...

**Victor Santos:** E-mail, telefone. A gente listou, a gente fez reunião para falar: "ah, será que a gente tá esquecendo alguém?". "Ah e o Ninja a gente vai chamar?". "Não, não vai, porque todos os outros não vão colar se o Ninja colar".

**Pesquisadora:** Por quê?

**Victor Santos:** Ah, o Fora do Eixo é muito mal visto aqui em São Paulo. Muito, assim. Tem "n" exemplos de não pagamento. A gente mesmo fez uma matéria para eles sobre energia eólica no Brasil e eles nunca pagaram. Fui eu, a Pati [Patrícia Iglécio] e a Jay [Janaína Viegas] que fizemos e eles nunca pagaram. Eles são pessoas que são muito cooptadoras de tudo, são muito cagadoras de regra – desculpa o termo, mas é bem isso. Eles me chamaram uma vez para um festival. Foi eu e o Ike [Henrique Gandolfo]. Festival de sei lá o quê. Ah, a gente sai de van, sai ali da nossa casa aqui no Cambuci, vai lá para a nossa casa em Santa Tereza do Rio um fim de semana, dorme lá. Porra, o maior rolê, festa, não sei o quê. Eles têm um discurso próprio, uma narrativa própria, eles levaram a gente para uma formação, uma formação política. Eles



trouxeram a Vaidapé e se aproximaram de nós porque eles viram na gente um potencial cooptador de jovens universitários, Quando a gente percebeu isso, a gente saiu fora. Os Jornalistas Livres, que a gente integrou no começo foi bem isso, consegui perceber claramente isso. Eles chamaram a gente porque eles viam a gente como potencial para levar na universidade de Roraima de sei lá onde, e conseguir trazer gente para o Jornalistas Livres. Quando a gente percebeu isso, a gente saiu fora.

**Pesquisadora:** E o que vocês discutiram na época que isso não seria legal? Esse tipo de...

**Victor Santos:** Não é a nossa. A gente não tá aqui para fazer jogo do PT. Muito pelo contrário. A Lei Antiterrorismo foi a Dilma que passou. Bolsa Família que a galera idolatra e tudo, na minha opinião – não é minha opinião, mas tem várias análises que colocam como uma política neoliberal, de transferência da renda da esfera pública para a esfera privada. Quem mais lucrou com o Bolsa Família na porra toda – tudo bem, eu acho que tem várias questões, as mulheres terem sido empoderadas, tem várias questões que a gente não pode deixar de lado – , mas em números quem mais ganhou foi a rede de supermercados. Acho que tem várias questões aí do governo do PT que a gente pode [passar] o dia inteiro falando, mas eu não faço jogo com quem faz jogo com Katia Abreu e Abilio Diniz, sabe? Abilio Diniz falou que o Lula é melhor que o Getúlio porque não precisou morrer para entrar para a história. Isso já vai me fazer ficar com a pulga atrás da orelha com o Lula.

**Pesquisadora:** Bom, voltando um pouco pro Copa. Além da Vaidapé, quais foram os coletivos que participaram?

**Victor Santos:** A gente tem isso anotado. Se eu não me engano no site do Copa tem.

**Pesquisadora:** O site tá fora do ar.

**Victor Santos:** Tá fora do ar?

**Pesquisadora:** Tá, só a página do Facebook...

**Victor Santos:** Bom fala com a... a gente tem isso em algum lugar.

**Pesquisadora:** Ok, sem problemas, eu [inaudível]. Durante qual período vocês utilizaram o espaço para o Copa...

**Victor Santos:** Um mês.

**Pesquisadora:** Um mês?

**Victor Santos:** Um, dois meses, por aí.

**Pesquisadora:** O período do evento em si, né?

**Victor Santos:** É...

**Pesquisadora:** E aí depois vocês continuam... (ah não, depois vocês trocam de casa). Você poderia descrever como era mais o menos o dia a dia da equipe do projeto e da Vaidapé especificamente?

**Victor Santos:** Ah, não mudava muito na real do... Não mudava muito da Vaidapé, na verdade, porque eu acho que a galera não comprou muito essa ideia.

**Pesquisadora:** Mas algumas pessoas do coletivo se envolveram...

**Victor Santos:** Sim, a Pati [Patrícia Iglécio] foi se envolver, o Ike [Henrique Gandolfo] foi se envolver... É, eu acho que a Pati e o Ike foram os dois que entraram nessa época.

**Pesquisadora:** Por exemplo, tinha essa dinâmica de uma redação integrada no projeto.

**Victor Santos:** Mais ou menos, a gente tentou muito...

**Pesquisadora:** Aquilo que você descreveu antes de ah...

**Victor Santos:** Não.

**Pesquisadora:** Não rolou?

**Victor Santos:** Não, a gente tentou, pensou, chegou a se organizar com Guerrilha, Rádio Várzea. A gente se organizou com o pessoal, mas não sei, não rolou do jeito que a gente queria, eu acho. Teve o Correio da Cidadania também. Eu acho que a gente fez muito trampo para os outros no Copa. Isso é meio chato de falar porque a galera não gosta, mas... o Juca Kfourri, eu que fui atrás da entrevista. O Guilherme Boulos, acho que foi o Paulo. O Murilo, que foi um aluno da PUC do PSTU que apanhou da Guarda Metroviária, foi o Vini, que era um moleque que tava com a gente na época. Foi meio que tudo. Os textos são todos assinados pela Pati, pelo Ike, pelo Paulo, por mim. Os textos do Copa. Aí teve a galera do Guerrilha que mandou umas fotos, mas eu acho que a gente não conseguiu integrar mesmo, sabe? Até pela correria que foi, porque a gente conseguiu a casa, sei lá, uma semana antes da Copa. Foi um negócio que acabou rolando em cima e a gente estava com pouca coisa articulada, corremos e fizemos do jeito que deu. Eu acho que o saldo final foi positivo, mas a gente não conseguiu fazer bem o que a gente queria. E a gente saiu com... saiu sem nada, né? A gente saiu em uma época de campanha que a Li An se aproximou de nós, então ela acabou chamando pessoas para trabalhar em campanha, todo mundo fazendo mídia independente o ano inteiro, precisa de alguma forma fazer dinheiro no fim do ano, né? Desmobilizou um mês e pouco a Vaidapé. E a gente saiu de lá sem nada. A gente saiu de lá e começou de novo. Beleza, a gente articulou, a gente ganhou uma moral. Mas não foi nada que eu acho que...

**Pesquisadora:** Na sua visão, em termos práticos, não acrescentou tanto o quanto esperava, talvez?

**Victor Santos:** Eu acho que assim, se for botar no papel prós e contras, eu acho que na real vai ficar no zero a zero ali.

**Pesquisadora:** Entendi.

**Victor Santos:** Foi interessante para a gente entender a mídia, e conhecer várias pessoas e tal, mas não acho que foi... o Paulo [Motoryn], por exemplo, vai te falar super bem do Copa. Eu não acho que foi super bem, assim.

**Pesquisadora:** Entendi. Essa seria a sua avaliação geral.

**Victor Santos:** Do Copa?

**Pesquisadora:** É, do Copa.

**Victor Santos:** É...

**Pesquisadora:** Tá. E especificamente em relação a isso de ter uma estrutura compartilhada com outros grupos no espaço, eventualmente equipamentos. Quais são as vantagens e desvantagens que você vê de acordo com essa experiência?

**Victor Santos:** Oh, eu acho que a experiência não aconteceu para eu avaliar um dia a dia plural, nesse sentido de...

[pausa]

**Victor Santos:** Eu acho que é o tipo de coisa que se fizesse com tempo, chamasse o pessoal, visse quem tava afim e etc., conseguisse superar os problemas que as pessoas têm um com o outro, eu acho que poderia rolar, entendeu? Eu acho que seria o ideal, porque um consegue ganhar um pouco de dinheiro aqui, um consegue trazer outro de lá, um sabe de vídeo, um sabe de transmissão ao vivo, o outro conhece de mídia social. Eu acho que isso construiria uma mídia para ser uma referência mesmo. Porque a Vaidapé, o Democratize Hoje, o Afroguerrilha, o Alma Preta, o São Matheus em Movimento... e mais um bilhão de coletivos, até o próprio Ninja, talvez se conseguisse se juntar para produzir conteúdo. Não para eleger ninguém, não para que uma ocupação dê certo, pra produção de conteúdo, eu acho que seria a única forma de conseguir construir mesmo um negócio desse. Porque o Nexu, por exemplo, que é uma iniciativa interessante, eles estão brigando a audiência com o Estadão, com *Folha [de São Paulo]*, com *O Globo*. Não acho que é esse o caminho, não é disputa de público com eles, é construção de público, é diferente, na minha visão. Eu acho que seria o único jeito de uma mídia realmente ativa, e realmente transformadora, que pautasse até um Jornal Nacional da vida. Seria isso, porque o Mídia Ninja fez isso uma vez, porque tinha um monte de moleque que não precisa tramar, podia ficar lá na manifestação filmando o dia inteiro. A Vaidapé nunca conseguiu, a

galera sempre saiu por causa de trampo, sempre desmobilizou. O Ninja tem uma estrutura, eles são ricos. Eles são ricos, eu falo isso sem erro. Eles não precisam tramar. Então eu acho que só assim que a gente conseguiria, mas assim eu acho que não posso fazer uma avaliação porque na minha opinião não aconteceu.

**Pesquisadora:** Entendi. Tem algum aspecto específico no geral do projeto, ou em relação à infraestrutura, que você acha que se repetir a experiência... Um aspecto que você acha que não funcionou bem.

**Victor Santos:** No Copa?

**Pesquisadora:** É.

**Victor Santos:** O ideal era que a gente tivesse tido três meses para planejar o Copa. Com três meses de planejamento, a gente conseguiria ter feito.

**Pesquisadora:** Foi quanto tempo de planejamento?

**Victor Santos:** Nossa, foi tipo uma semana. Dez dias, no máximo.

**Pesquisadora:** Daquele espaço...

**Victor Santos:** Mas a gente conseguiu fazer alguma coisa. Pensando que, assim, a ideia rolou de antes. Assim, ideia é ideia, né?

**Pesquisadora:** Sim, planejamento na prática, com espaço.

**Victor Santos:** Aí, eu acho que assim, uma semana, para o tempo que a gente teve de preparação, pensando que só a gente articulou o negócio. Eu acho que o saldo pode ter sido positivo, nesse sentido, assim. Só que com mais tempo acho que seria fino, sabe? Seria bom. A gente conseguiria fazer reunião com cada coletivo. Conversar: “o que você quer fazer? A gente tá pensando nisso”. Vamos conceber o projeto. Eu acho que com um tempinho maior de planejamento teria sido ótimo, assim. Eu acho que até essa não continuidade se deu por uma ausência de pensar, de planejamento, de análise e de entender como...

**Pesquisadora:** Tem algum aspecto, alguma coisa que eu não perguntei, que você queira acrescentar? Que você acha importante?

**Victor Santos:** Acho que não.

**André Napchan, 24 anos, graduado em Comunicação Social pela ESPM/SP**

*Entrevista concedida em 28/11/2016, na redação da Vaidapé, em São Paulo.*

**Pesquisadora:** Você teve alguma outra experiência com jornalismo antes de começar a atuar na Vaidapé?

**André Napchan:** Não. Sempre acompanhei [o jornalismo] por notícias e tudo mais, mas até mesmo o cenário mais independente eu conheci através da Vaidapé. Foi vindo aqui as primeiras vezes que descobri os outros veículos, coletivos e organizações de jornalismo independente. E antes disso nunca tinha trabalhado no tradicional, não tinha experiência na área de jornalismo.

**Pesquisadora:** E há quanto tempo você participa do projeto?

**André Napchan:** Então, eu conheci o projeto pelo Paulo, que tá desde logo depois que saiu a primeira edição da revista. Ele conheceu o pessoal e entrou. Sempre me falava, então, desde que ele entrou, eu acompanhava um pouco de longe – bem de longe, no começo. Mas ele foi falando, falando... E aí, se não me engano, em 2013, foi a primeira vez que eu vim aqui conhecer a redação. Mas em poucas ocasiões, também. Era uma coisa mais pontual, eu acho que eu vim duas ou três vezes em reuniões mais pontuais que o Paulo me chamou e achou que seria interessante. Eu fui conhecendo o pessoal da Vaidapé desde o meio de 2013, e acho que comecei mesmo a me envolver mais a partir do início de 2014.

**Pesquisadora:** Tá, no ano seguinte, então.

**André Napchan:** É.

**Pesquisadora:** O que motivou o seu interesse na proposta? Não só de acompanhar, mas de fazer parte mesmo, como foi em 2014. O que te motivou a participar?

**André Napchan:** Então, acho que foi primeiro o sentido de coletivo que eu enxerguei dentro da Vaidapé. Como eu falei, eu entrei por um conhecido, eu não conhecia mais ninguém do coletivo, além do Paulo, nas primeiras vezes que eu vim. E aí eu me senti muito abraçado, tanto pela filosofia, a ideologia do coletivo, quanto pelas pessoas do coletivo também. Foi um ambiente que eu me senti à vontade desde o começo. Ao mesmo tempo, esse ambiente me estimulou a querer continuar e ver como eu poderia ajudar e fazer parte também. E eu acho que daí, meio que organicamente, quando eu vi, eu já tava um pouco mais envolvido, indo mais... acho que casou também que nessa época, que foi o começo de 2014, eu não tava trabalhando, tava com mais tempo livre. Eu não

tinha experiências profissionais ou alguma coisa assim além dos estudos. Eu vi que dava para eu me dedicar e fui tentando me envolver um pouco.

**Pesquisadora:** Qual é a função que você ocupa no projeto hoje? É diferente de quando você entrou? Eu gostaria que você indicasse as funções pelas quais você já passou, se é que tem alguma função específica com a qual você se identifique mais.

**André Napchan:** Acho que uma função específica eu tenho um pouco de dificuldade – na minha autoavaliação, de falar, sabe? De denominar uma área, um cargo... Até é um problema também nas conversas internas essa coisa dos cargos. Mas mesmo assim, eu percebo mais ou menos a área em que eu tô, que tento ajudar, mas talvez não chegue ao ponto da função específica. Agora, quando eu comecei, entrei pensando em ajudar nessa área mais da comunicação [interna] mesmo, de como dar mais visibilidade pra Vaidapé, fazer a gente ganhar mais públicos e crescer nesse sentido. Buscar parcerias e também incentivo na questão do autossustento da Vaidapé, de como que a gente vai conseguir chegar num modelo que seja bom, que todo mundo se sinta confortável para ajudar na Vaidapé. E para também trazer retorno financeiro pro coletivo e para as pessoas. Acho que nessa, eu acabei rodando um pouco. Não sei se rodando nas funções, mas a gente tá todo mundo muito ligado, então ajudei as pessoas em outras áreas que não eram as minhas. Mas, por exemplo, nunca me envolvi muito na parte de jornalismo a ponto de escrever, ou de produzir conteúdo só por mim. Eu já acompanhei os jornalistas, ajudei, mas não fui eu que produzi os conteúdos. Não tem matéria assinada por mim, por exemplo. Então, até fazendo esse exercício – na última reunião que a gente fez, foi bom também que todo mundo foi falando, eu acho que pra autoavaliação de cada um foi legal – eu percebi que o que eu gosto e o que eu tenho feito mesmo aqui é mais essa coisa... é um pouco mais... como se fosse mais no interno. Mais do que o que chega pro público final mesmo. Mais o fazer acontecer e ajudar no que dá pra ajudar nos processos. Independente do que a gente tá produzindo na época. Eu tento ajudar nesse sentido.

**Pesquisadora:** Entendi. Isso que você comentou agora de buscar estratégias de financiamento, que tem bastante a ver com a sua participação. Você poderia contar um pouco mais sobre como você participou disso e quais são as estratégias que vocês têm buscado nesse período que você tá participando? Numa outra ocasião você comentou da campanha de financiamento, que chegaram a começar e depois [trecho incompreensível]. Como foi isso?

**André Napchan:** Então, esse lance da campanha é uma coisa que a gente já conversa há mais ou menos dois anos eu acho, pelo menos. Já foi prioridade nossa, e daí deixou de ser prioridade e voltou a ser prioridade, e agora a gente tá numas que a gente enxerga como uma das prioridades, mas a gente ainda não conseguiu se organizar o suficiente pra colocar ela em prática. Teve um momento, no ano passado, que eu ajudei nesse sentido, da gente montar essa campanha, pensar estrategicamente nela. A gente chegou – como eu te falei aquela vez – a colocar, montar uma campanha mais básica, encontramos até uma plataforma, nos cadastramos na plataforma, lançamos oficialmente, assim, [colocamos] no ar a campanha. E aí, na mesma época, a gente percebeu, após lançar, que a gente precisava correr com algumas coisas antes de [lançar]. A gente não tinha uma campanha completamente estruturada.

**Pesquisadora:** Mas da campanha ou do coletivo?

**André Napchan:** Da campanha... na verdade, eu acho que é interligado, porque a gente viu que, justamente, talvez as conversas do coletivo em relação à campanha não estavam tão avançadas a ponto de a gente saber exatamente o que a gente queria fazer com a campanha ou como que a gente ia estruturar ela para chegar nesses nossos objetivos. E aí a gente resolveu não fazer a campanha naquele momento, tirar ela do ar – isso foi em outubro do ano passado, mais ou menos um ano atrás – e colocar no papel, que a gente só ia lançar depois que a gente conseguisse traçar essas estratégias e sentir mesmo que a gente tinha uma campanha que podia ser lançada, que ela não tava incompleta, vamos dizer assim.

**Pesquisadora:** E aí no que vocês avançaram nessas estratégias, nesse tempo pra cá, no sentido de definições?

**André Napchan:** Eu acho que a gente avançou muito nas conversas internas. A gente chegou a ver diferentes possibilidades. Primeiro, por exemplo, de registrar a Vaidapé como uma OSIP ou como uma ONG ou algum tipo de registro que facilitasse essa busca por financiamento. Foi bom que, ao mesmo tempo, que a gente viu que talvez a gente não precisasse chegar nesse nível de registro que a gente tava buscando, mas a gente precisava se estruturar, de novo, internamente e se profissionalizar um pouco em alguns sentidos... Se não, a gente não ia conseguir atingir essas pessoas, esses olhares que a gente queria, também no sentido do retorno de captação.

**Pesquisadora:** Investidores, no caso.

**André Napchan:** Sim. Eu acho que o que gente conseguiu avançar foi: remodelar, primeiro, um plano que a gente tinha de anúncios para as revistas impressas, que foi uma das formas que a gente conseguiu para

financiar, nesse ano de 2016, os eventos de lançamento. Os quatro eventos que a gente fez de lançamento da revista foram 100% financiados pelos anúncios que a gente conseguiu fechar nessas duas edições do ano.

**Pesquisadora:** Do ano passado ou desse ano?

**André Napchan:** Desse ano, isso, tudo isso esse ano [2016]. Saíram duas – foi a quinta edição em abril e sexta edição agora em outubro. Em cada edição a gente fez dois festivais de lançamento, no Grajaú e no Butantã. Então foram quatro no total. Outra coisa que a gente começou a fazer mais, que também foi interessante pra gente ver se é algo que a gente quer levar pra frente ou não, mas a gente viu que a gente consegue ter um retorno fazendo com um objetivo claro, foi um pouco de produção cultural e festas. Também foi outra forma de financiamento, que a gente já fazia antes, mas a gente tentou ir estruturando melhor... A gente fez uma festa grande ano passado [2015] no centro, numa casa de shows mesmo... A gente viu que foi legal, mas a gente achou que, por exemplo, não era muito a nossa cara e de que outras maneiras, quais outros tipos de festa que o pessoal que acompanha a gente podia ajudar também e colaborar nesse sentido. Esse ano [2016], a gente fez uma outra, um pouco menor, num esquema bem assim para pedir ajuda de financiamento. E a terceira coisa que a gente começou a conversar também mais esse ano, mas eu penso que é algo que a gente vai estruturar melhor pro ano que vem, é essa busca mais clara mesmo por financiamento por, talvez, o setor privado ou algo assim. E aí é um problema também, porque vai dessas discussões internas: até que ponto? Como a gente quer se apresentar? E o que a gente quer pedir? A gente sabe que pedir um apoio, uma parceria, de financiamento ou qualquer coisa, sempre requer algo em troca também, né? Uma contrapartida que a gente tá oferecendo... E até que ponto a gente tá se abrindo pra isso ou não, com o parceiro que a gente vai tá prospectando, no caso. Então isso acho que também, de novo, andou um pouco mais internamente das conversas. Mas eu diria que nesse ponto a gente ainda não evoluiu na prática.

**Pesquisadora:** Não há um consenso sobre isso...

**André Napchan:** Talvez até a gente tá criando um pouco do consenso, mas a gente ainda não conseguiu consolidar fora, né, como uma parceria mesmo para entender exatamente como que dá, se não dá, assim...

**Pesquisadora:** Não fez de fato essa...

**André Napchan:** Enfim, uma outra coisa que eu não falei ainda, mas acho que foi um fator importante pra gente seguir com essas conversas, mas que deu uma segurada um pouco ao mesmo tempo nessa prioridade,



foi o fato dos editais. A gente ganhou também e foi outra forma que a gente conseguiu se financiar. Sempre a curto prazo, né, um prazo preestabelecido, mas que dava um pouco de respiro pra gente, pelo menos por seis meses. Então, a gente ter aquele projeto pra executar e saber que pelo menos o dinheiro para aquilo ia entrar. A gente foi executando esses e tentando conversar sobre os outros e aí é isso. Eu diria que o que andou mais foi essa parte dos anúncios, mas que também a gente percebeu que não é por aí que a gente vai se financiar ou construir o nosso modelo, é apenas mais uma das formas de atrair mais uma frente, e que talvez deu mais relevância ainda pra isso das campanhas, das parcerias que eu acho que é algo que a gente vai tentar buscar efetivamente agora no ano que vem.

**Pesquisadora:** E já que a gente entrou nessa parte de financiamento, uma pergunta mais específica: as parcerias que vocês fazem de cobertura de eventos, por exemplo, de alguém da revista ser chamado por um grupo para cobrir um evento, poderia ser considerada uma forma de financiamento indireto? Vocês recebem por esse tipo de trabalho? O coletivo recebe, ou as pessoas recebem? Como que funciona esse tipo de...

**André Napchan:** Eu penso que o que tem mais rolado, o mais comum que tem acontecido são essas propostas que aparecem de fora. Eu acho que geralmente a proposta vale mais a pena, ainda, pra pessoa como indivíduo, como profissional. Pra carreira, como se fosse pessoal dela. Lógico que a Vaidapé tá envolvida porque a proposta só chegou na pessoa meio que através do trabalho que ela fez na Vaidapé, mas eu acho que na maioria das vezes até agora costuma ser mais interessante pra própria pessoa ou pra um grupo de pessoas, né, que também consegue fechar e fazer aquele *freela*, do que pra Vaidapé em si. Sempre que alguém recebe essa proposta a gente põe na roda e começa a ver como daria pra fazer uma contraposta em cima, justamente, tentando envolver o coletivo também, pra gente financiar. Mas nem sempre a gente chega nesse acordo ou vê que é possível, enfim. Eu, particularmente, acho que todo mundo que, né, independente disso – se recebeu essa proposta, pra você, particularmente, é bom – tem que fazer aquele trabalho também e garantir o retorno e pronto.

**Pesquisadora:** Entendi. É só para eu entender mesmo. Mas, então, funciona mais como um *freela*. Por exemplo, vocês nunca receberam nenhuma proposta do coletivo Vaidapé prestar um serviço para...

**André Napchan:** Não, então, isso...

**Pesquisadora:** Também acontece?

**André Napchan:** Não, isso já rolou também, na verdade...

**Pesquisadora:** É alguma forma de financiamento também ou não?

**André Napchan:** É, mas ao mesmo tempo a gente... Por exemplo, esse ano o que rolou com alguns foi de esse tipo de proposta. O contratante, vamos dizer assim, a pessoa que tá contratando, ela oferece, por exemplo, o pagamento é uma viagem para cobrir algum evento e em troca as pessoas que vão. Enfim, a passagem tá paga, a estadia, a comida, mas elas não recebem um – como se fosse né – um salário, um dinheiro pelo trabalho, elas recebem, lógico, esses benefícios. Então, no caso, por exemplo, elas vão em nome da Vaidapé, fazem o trabalho em nome da Vaidapé...

**Pesquisadora:** A convite, vamos dizer assim...

**André Napchan:** E o retorno, às vezes, a gente faz a produção de conteúdo pela Vaidapé, solta pela Vaidapé, mas em termos de financiamento, né, de dinheiro, não entrou... Então, lógico, acho que tem outros ganhos, né? Da visibilidade, da gente criar pontos com, às vezes, outros estados, com as comunidades... Que é exercer o trabalho que a Vaidapé quer fazer mesmo. Então nesse sentido é ótimo, que a gente tá conseguindo ter visibilidade e eu acho que, enfim, ultrapassar cada vez mais o campo de atuação. Mas financeiramente, né, essas experiências ainda não trouxeram, a gente não teve uma parceria dessa que foi "puta, legal, a gente vai e esse mês não precisa se preocupar com isso, né, em relação a dinheiro porque já vai entrar esse *freela* e a gente vai se pagar..."

**Pesquisadora:** Não chega a entrar como uma forma de financiamento, então.

**André Napchan:** Não, mas é o que pretende conseguir fazer... Justamente, com essa experiência que a gente tem tido, a gente vê que, até pelo retorno que chega e a visibilidade, se a gente se estruturar um pouco mais pra conseguir não só executar o trabalho, mas trazer um retorno financeiro em cima disso também, a gente acredita que consegue. É nesse ponto que eu falei, eu acho eu é um negócio que a gente tá tentando estruturar para ano que vem efetivamente conseguir...

**Pesquisadora:** Pode ser uma possibilidade de modelo, então. Uma possibilidade de modelo que vocês vislumbram – um dos modelos...

**André Napchan:** Sim, a gente não descarta, a gente acha... Também, outro ponto de discussão que eu acho interessante. Tem gente que às vezes fica aflita porque "po, mas vou eu, não vai a Vaidapé", ou o contrário: "vai a Vaidapé, mas eu não tô ganhando nada" e tudo o mais. Eu acho que é importante, porque, acima de tudo, mostra que a gente tá tendo um retorno na nossa visibilidade. Tem outras pessoas olhando e querendo fazer parte do nosso trabalho também... Então eu acho que

sim, a gente pode, é um dos caminhos pra estruturar dentro do modelo. Não como principal. Eu tenho visto, assim, que eu acho que não. A nossa dificuldade é essa: não existe um modelo ideal e nem uma frente só, né (o modelo eu digo isso: "ah, então, vamos fazer só um negócio de anúncio, ou só buscar essas parcerias, ou fazer só uma campanha de financiamento". O que a gente tá vendo é que a gente tem que fazer de tudo um pouco. Então, como a gente não tem – a gente até tem braço suficiente, mas a gente não tem organização necessária ainda – a gente tá tentando se organizar nesse ponto para conseguir, daí, ir atrás dessas frentes pequenas e num todo a gente ganhar um modelo.

**Pesquisadora:** De forma complementar, né?

**André Napchan:** Exato, um complementando o outro e que a gente consiga...

**Pesquisadora:** Entendi. É, bom, agora eu vou passar pra umas perguntas mais específicas sobre a sua participação individualmente.

**André Napchan:** Tá.

**Pesquisadora:** Já tava um pouco nisso, mas, enfim, um pouco mais específica sobre a sua rotina. Quantas horas, em média, você se decide às atividades da Vaidapé por semana?

**André Napchan:** Eu vou pensar, porque como nos últimos anos têm sido assim, meio que em uma média de seis em seis meses eu tô com um trabalho fixo fora da Vaidapé. Então, eu tento meio que equilibrar o tempo e daí, às vezes, aí eu saio desse trabalho e outras coisas, aí eu fico uns meses sem, daí eu consigo me dedicar mais. Então eu diria assim, fazendo uma média... cê perguntou por semana, né?

**Pesquisadora:** É pode ser também de quando você tá trabalhando e quando você não tá trabalhando.

**André Napchan:** Ah, acho que talvez é mais fácil... quando eu não to com outro né, com trabalho externo, fixo, que eu tenho horário e tudo o mais, eu diria que eu consigo me dedicar, vai ahn... de 10 a 15 horas por semana...

[interrupção]

**André Napchan:** Eu acho que é isso, quando eu não tô trabalhando é entre 10 e 15, eu diria. E quando eu tô trabalhando fica um pouco mais puxada, daí eu diria que entre 5 e 10.

**Pesquisadora:** Você poderia descrever como costuma ser a sua rotina de atividades, não só aqui na redação, mas as coisas que você costuma fazer pelo projeto.

**André Napchan:** Eu tento fazer essa ligação de prospecção mesmo, de parceria... Então eu converso muito com as pessoas da Vaidapé pra ver, tipo, quais organizações, coletivos, empresas, marcas, tudo fora da

Vaidapé que essas pessoas conheçam e tenham contato, acham que pode ter a ver a gente chegar pra conversar sobre algum assunto numa dessas frentes de que a gente tava falando, de financiamento ou não... Então eu acho que assim, fora da Vaidapé bastante no computador mesmo, no e-mail, tentando conversar, marcar com as pessoas, se apresentar. Depois, no segundo momento, indo presencialmente nesses lugares, então me colocando à disposição para ir apresentar a Vaidapé mesmo em alguns lugares, sentar, se reunir, ouvir o que os outros pensam sobre a gente e vice-versa. Falar porque a gente procurou essa pessoa também, e em que sentido a gente achou que podia rolar alguma coisa. Acho que na Vaidapé em si, dentro da redação, eu gosto de vir pra tomar decisão com o pessoal, discutir algumas coisas, tudo, essas questões em aberto, a gente discutir em coletivo e depois que ficar definido. Eu sinto que no meu trabalho eu não preciso necessariamente tá aqui [na redação]. Acontece às vezes, eu fico tipo, já rolou. Por exemplo, agora na revista eu tava no processo de vender os espaços de anúncio. Então eu ficava, assim, todo dia eu tava trabalhando pra Vaidapé, tava respondendo e-mail, marcando reunião, indo no telefone, falando com as pessoas, mas eu vinha – por umas três semanas ou um mês assim, quase – eu não precisava vir mais do que uma vez por semana aqui, sabe? Só pra conversar, acertar algumas coisas que tava na dúvida ou isso, conversa que alguma pessoa trouxe e a gente queria discutir. Então, eu percebi que foi um negócio que foi também: eu não precisava necessariamente do espaço porque eu tava em contato com as pessoas pelo celular e internet, e era algo que eu podia fazer de casa. E eu diria que é isso, é bem no computador e no e-mail mais, e aí presencial...

**Pesquisadora:** Sobre essas apresentações que você comentou. Vocês trabalham com alguma ferramenta do tipo mídia kit, uma apresentação já formatada?

**André Napchan:** Então, até cerca de um ano atrás a gente trabalhava... A gente sempre fazia, a cada seis meses montava um mídia kit. E aí também a gente percebeu no ano passado que a gente tava com um mídia kit que não tava buscando conquistar os objetivos que a gente pretendia com ele. Tava muito extenso, uma coisa assim, era uma apresentação geral mas não era um mídia kit, né, não era algo, digo, focado nos negócios, vamos dizer algo assim, sabe? Então a gente viu – pelo próprio retorno, sabe? – que a gente ia mandando e falando, e viu que aquele tipo de como a gente tava se apresentando não tava dando muito certo. E daí, na verdade assim, esse ano a gente fez mais de... Não tem atualmente uma apresentação pronta, não temos mídia kit. Então o que eu tenho feito é que em cada ocasião tem alguns textos que eu fui

escrevendo e em conjunto a gente vai definindo. Então, eu salvo e aí para cada ocasião, dependendo do assunto que a gente tá tratando, dá para usar essas conversas. O texto eu digo é essa parte mais prática de apresentação do coletivo, ou números... mais institucional mesmo. E, às vezes, números e aí os valores. Como a gente também tem redefinido essa coisa dos valores e números, claro, sempre mudam né, todo semestre a gente tenta... Eu pego alguém, geralmente o Vini [Vinícius Pereira], que ajuda muito na parte de programação e design, ele tem acesso do Analytics, então, às vezes, a gente tenta enxergar quais *insights* ali dentro desses números, o que pode sair de *insights* para a gente mandar pro pessoal. E aí o que a gente pôs como objetivo agora também é, justamente, pro ano que vem para a gente conseguir estruturar tudo aquilo que eu tava falando de ir atrás dessas parcerias e tudo o mais, a gente tá pensando em já começar o ano com um mídia kit definido e apresentável. Então é isso, a gente tem que estudar ainda quais dados exatamente a gente quer colocar neles. Porque, na verdade, a gente tem tudo isso, entendeu? Quero avisar que a gente tem tudo isso, mas no momento a gente não tem montado, não tem diagramado. Então se você me falar: "me manda hoje um mídia kit pra eu mostrar pro pessoal lá e tal". A gente não... Ia falar: "putz, vou te mandar alguns dados, vou te mandar tudo o que você quer, mas não vou te mandar numa apresentação", entendeu? A gente entende que, sim, é importante ter isso também.

**Pesquisadora:** Vocês já tiveram essa demanda? De alguém querer o mídia kit e vocês não terem. Ou geralmente são vocês que entram em contato com as marcas?

**André Napchan:** Não. A gente já teve... geralmente, a gente que entra, mas esse ano rolou bastante de também a gente começar a receber. Gente que a gente vai conhecendo – é sempre assim, o que eu via é que é difícil alguém que não tem contato nenhum, nem com algum terceiro que tenha contato com a gente, algo assim, chegue, nesse sentido, até nós. Mas não necessariamente a gente vai atrás. Então, por exemplo, a gente fez um anúncio no site no mês passado de um evento que rolou aqui em São Paulo de Graffiti e que foi a menina que mandou um e-mail pra gente em agosto, que um dos grafiteiros que ia participar e era parceiro nosso, que a gente também já fez trabalhos com ele. Ele indicou ela: "tem o coletivo Vaidapé, eles fazem anúncios, se vocês quiserem anunciar vai neles que é sucesso", e ela chegou para a gente. Então ela já chegou, no caso dela, ela já mandou perguntando quais eram os nossos formatos, preços, nossa tiragem... nossos acessos únicos no site. E era uma coisa, como a gente já tava com o papo direcionado para aquele

caminho, eu respondi, justamente, peguei todos os dados, fiz uma apresentação formal no e-mail e mandei. Mas... é uma coisa chata, porque, por exemplo, se a gente tivesse mídia kit eu não teria, né... era arrastar o arquivo e mandar. Eu tive que parar, eu atrasei por um dia para responder ela. Então a gente já ficou “po, meio chato a pessoa te perguntar e cê não [saber]... cê tem que saber a resposta e tudo mais”. Então. acho que não rolou uma situação assim, a gente não recebeu nenhuma de "Queremos ver o mídia kit" e a gente ter que falar: "puta... não temos agora", sabe, no momento. Mas a gente sabe que se a gente tivesse, e pudesse mandar direto, é um negócio que faz muito mais sentido, né, assim. Então, mas... não sei, eu tô pensando mesmo, tentando lembrar...

**Pesquisadora:** Na verdade é mais um detalhe, assim. Mais para eu entender como tem sido essa dinâmica dos anúncios.

**André Napchan:** Por exemplo, agora pros anúncios da revista o que a gente fez. Como a gente não tinha, a gente chegou nesse problema – porque a gente não tinha mídia kit, no pouco tempo que a gente tinha não ia dar pra dedicar tempo pra produção dele, pra gente começar a buscar os anúncios. E a gente já tinha aquela lista que eu falei, que a gente foi atrás, e eu montei meio que um mailling de muitos e-mails de todo mundo que eu achei que podia se interessar por anúncios, nessa parte. E aí, no caso, como era um negócio maior e a gente tinha que comunicar muita gente de uma vez e a gente não tinha mídia kit para mandar... Eu e o Vini criamos um e-mail marketing, então meio nos moldes de um mídia kit, a gente criou um link dentro do e-mail que foi pra uma página que tinha os formatos e preços. Mas eu digo que não é um mídia kit ainda porque, pra mim, um mídia kit você dá pelo menos uma breve contextualizada, né? Assim, não é só uma página ali com o formato e preço. Você dá um pouco, desde quando, quem é, onde tá, enfim. Então eu não considero um mídia kit ainda, mas também foi uma coisa um pouco mais estruturada e que deu bastante retorno. Eu acho que também a gente só conseguiu atingir o objetivo que a gente queria dos anúncios nessa edição porque a gente fez esse trabalho do e-mail marketing mais estruturado, com as informações todos de uma vez né, porque...

**Pesquisadora:** Mais direcionado...

**André Napchan:** É, porque a gente direcionou e, vamos supor, cerca de 15% de todos os e-mails que a gente mandou deram alguma resposta, qualquer tipo de resposta. E a gente partiu daí... falou: "pô, esses que deram qualquer tipo, mesmo negativo ou positivo, porque responderam, a gente sabe que abriram, viram, se interessaram e dedicaram um pouco

de tempo para isso. Então vamos entrar agora em contato mais direto”. A gente foi meio que, né, filtrando mesmo, dessa primeira lista, pra quem a gente viu que se interessou por abrir ou responder o e-mail. Desses, a gente foi indo mais pra frente, e daí desses alguns já chegou num nível de conhecimento de “Ah, então acho que não tem a ver pra isso”, entender um pouco melhor. Então, justamente, eles não tinham entendido o que a gente queria, ou como podia ajudar, e viu que não tinha a ver. E outros foram, também, caminhando, a gente viu que rolava. E nesse processo também o que eu acho interessante é que, às vezes, a gente tá buscando, por exemplo, anúncio, e aí a pessoa fala: “pô, eu gostei, acho que pra anúncio não rolaria, mas dá pra gente pensar em algum outro tipo de parceria”. Então a gente vai, querendo ou não, abrindo umas portas também. E, aí sim, aí, de novo aquela coisa, tem que voltar pra cá pra gente ver também, que tipo, como, até que ponto, e enfim... Aí quando a gente acha que rola, a gente também pega, monta o projeto e manda alguma ideia, alguma coisa, e tenta manter aquela conversa.

**Pesquisadora:** Ao todo foram quantos anunciantes? Você lembra o número?

**André Napchan:** Foram... tsc.

**Pesquisadora:** Isso só me ocorreu de perguntar agora, mas posso checar depois...

**André Napchan:** Não, faz, porque assim, a gente fez uma página de classificados na última página da revista. A gente tinha dificuldade de buscar anúncio até ano passado, porque a gente só tentava os formatos mais tradicionais. E aí mesmo sendo muito abaixo, nem é o valor... longe do valor de mercado tradicional, mas era ainda, pro tipo de anunciante que a gente tava buscando, era muito surreal ainda. As pessoas falavam: “po, eu quero anunciar, mas eu não tenho essa grana”. Então, a gente pensou em remodelar, a gente fez essa parte de classificados, que são anúncios menores, os dois na mesma página. E aí eu acho que dá para, eu tenho uma aqui, eu já te falo agora... nessa edição, ó, foram doze. Nessa sexta edição, a gente conseguiu doze anunciantes. Esse era um ponto porque, né, o institucional nosso, na verdade é pra cobrir...

**Pesquisadora:** E aí esses doze anúncios foram suficientes para financiar os eventos?

**André Napchan:** É, foram, mas é aquela coisa, na verdade, daí a gente faz com o orçamento, e ele se fecha meio com o quanto de dinheiro que a gente tem. Não é o contrário, né, do que a gente gostaria de fazer...

**Pesquisadora:** Mas pagou tudo.

**André Napchan:** Sim, a gente não teve prejuízo ou preocupação nesse sentido, mas é bem isso: pagou tudo e também não sobrou praticamente nada. Mas como nosso objetivo no começo foi esse, a gente sabia que não ia conseguir mais do que isso, a gente falou: “vamos fazer pra pelo menos bancar esses eventos”. E isso deu certo, sim. Não dá pra gente falar que 100% foi proveniente disso. É... [ folheando a revista ]. Então, a gente teve oito anunciantes na quinta edição e doze anunciantes na sexta.

**Pesquisadora:** Na sexta, nesse mesmo esquema. Ok, obrigada. Pra gente fechar, eu queria fazer mais três perguntas, mais específicas sobre o modelo de organização e a sua avaliação. Então, de forma geral, a partir da sua experiência no coletivo há mais tempo, como você avalia o modelo de organização adotado, que vocês têm experimentado, até o momento?

**André Napchan:** É... tá... Eu acho um pouco difícil a avaliação de um tipo de modelo, assim de uma organização voltada... Porque eu sinto, desde que eu comecei a participar e ver como se organizava internamente o coletivo, acho que a gente nunca teve um padrão muito bem definido, e que ao mesmo tempo foi orgânico nesse sentido de que em cada momento, dependendo da situação e das pessoas que podiam ajudar mais o coletivo, elas foram se organizando e acho que isso acabava refletindo pros [trecho incompreensível]... eu diria como se fossem os secundários, terciários, que não estavam todo dia, mas estavam ajudando toda semana. E as pessoas que tão mais envolvidas no dia a dia acabam ditando um pouco o direcionamento dos trabalhos, né? Então, (eu tô pensando, assim), como modelo, eu acho que esse jeito de se organizar foi bom no sentido de a gente perceber de uns tempos pra cá que a gente precisava se organizar. E aí começaram as conversas em relação a isso. Então, acho que até começarem as conversas foi uma coisa muito natural mesmo que a gente foi crescendo... E aí aquela coisa, era aquela desorganização organizada sabe? Que deu certo e foi ótimo, mas até certo ponto. Chegou um ponto que acho que talvez a gente cresceu mais e viu que precisava estruturar algumas coisas. As pessoas que estavam mais de dentro começaram a se sentir um pouco aflitas, né, com essa falta de organização e a gente começou a se organizar nesse sentido. Desde que a gente começou, acho que a gente ainda tá longe de chegar num modelo ideal, assim. Aqui, na prática do dia a dia, a gente não tem essa organização ainda. Mas o que me deixa confiante é que a gente tem a ideologia. Quando a gente conversa, a gente vê que todo mundo concorda e isso tem que ser uma prioridade, que é bem o que você participou na última reunião que a gente teve e é



uma incógnita ainda. Mas assim, sabe, eu diria... eu acho difícil... eu digo... eu acho difícil essa pergunta porque eu não consigo enxergar sabe, analisar a Vaidapé como a gente trabalhando em cima de algum modelo. Acho que a gente foi formando as coisas e fazendo e, lógico, a gente tem algumas diretrizes e agora, um modelo em si. Talvez esse seja um dos problemas nossos, de até agora não ter conseguido chegar, também na percepção de pra que caminho a gente vai pra chegar no melhor modelo.

**Pesquisadora:** Entendi. E na sua avaliação qual é o principal diferencial desse – talvez a gente não precise usar a palavra modelo, mas dessa forma, dinâmica de organização – que vocês construíram ao longo do tempo pro modelo do jornalismo convencional? Quando eu falo jornalismo convencional quero dizer grande mídia tradicional, não só grandes jornais, mas também jornal pequeno que se organiza dessa mesma forma.

**André Napchan:** Eu acho que essa questão, até que ponto conseguir essa organização, ter esclarecido os objetivos e as estratégias, o que quer fazer de conteúdo e como chegar nesses resultados, sem ter que se preocupar no sentido da produção de conteúdo em relação aos financiadores. Eu acho que isso é uma coisa que tem a maior diferença do jornalismo tradicional pro independente. Que o tradicional muitas vezes vai atrás do dinheiro e, na verdade, não é muito difícil, eu acho, chegar no dinheiro e conseguir. O diferencial é, justamente, até que ponto chegar nesse dinheiro, mas sem ferir um pouco da ideologia ou da produção de conteúdo mesmo, da filosofia do que é o coletivo. Então eu acho que o que me influencia também, voltando até pra aquela primeira pergunta que você fez, de que eu falei: “pô, conheci gente aqui e me deu uma nova visão de jornalismo, do que era, de como se podia fazer” e eu acho que isso entrou muito numa questão interna minha da publicidade. Eu era formado em Publicidade e tinha as mesmas questões no sentido: “pô, eu me formei em comunicação mas eu não me sinto à vontade pra trabalhar no mercado tradicional de publicidade”, que também é isso, que é mexer com o dinheiro, fazer comunicação pra qualquer coisa, independente do que seja, mas porque tão pagando, porque existe ali um financiamento, então vamos fazer. Eu sempre tinha essa questão ideológica interna minha muito grande. Eu acho que na Vaidapé eu valorizo isso, nesse sentido acho que é muito bom, porque nos primeiros anos foi bom pra criar um consenso interno e uma ideologia, uma filosofia do que é o coletivo, que agora tá ajudando, justamente, eu falei: “pô, a gente pode se abrir, mas a gente nunca vai se abrir tanto”. E a gente tá vendo agora que dá pra fazer isso. Talvez, até uns dois anos

atrás, é uma conversa que algumas pessoas iam falar: "não, ou a gente não se abre nada ou se abre por completo", sabe, aquela coisa, aquele medo. E a gente foi vendo que dá pra chegar num meio termo. E eu acho que, bem isso, pela vontade de ninguém desistir dessas ideologias, dessa ideia, né? Todo mundo acredita nisso, muito. Então eu acho que isso é um fruto, assim, uma coisa que eu valorizo muito. Talvez nesse sentido de modelo, né? Você falou não é pra falar a palavra "modelo", mas talvez na parte da formação do coletivo, né? Dos valores que tem aqui dentro. Acho que isso é o principal, que também vai ajudar a estruturar esse modelo. Porque, pelo menos isso, acho que tá bem definido internamente. Acho que é uma coisa bem legal.

**Pesquisadora:** Entendi ,os valores...

**André Napchan:** Eu não sei se eu tô [prolongando], cê acha que tá tranquilo?

**Pesquisadora:** Não, é isso! Tem mais uma última pergunta.

**André:** Não, tô falando tranquilo, sabe? de... e eu falo muito às vezes... então eu não sei, sabe? Não quero te dar muito trabalho aí...

**Pesquisadora:** Não é pra se preocupar, quanto mais trabalho eu tiver melhor [risos].

**André Napchan :** Mas pode falar, por mim tá tranquilo.

**Pesquisadora:** Na verdade, essa é meio que a última já, embora depois fique aberto para se você quiser complementar alguma coisa. No seu entendimento, ainda pensando nessa comparação entre a dinâmica de vocês e o modelo convencional de fazer jornalismo. Você enxerga alguma vantagem ou desvantagem em relação ao modelo convencional? Tem algum aspecto específico do modelo convencional que você acha que se fosse aplicado na dinâmica da Vaidapé, ele teria um impacto positivo? Pode ser um aspecto específico, não o modelo, porque são modelos diferentes, mas enfim, tem algo que você enxerga que falta?

**André Napchan:** Então, eu acho que, assim, é mais no sentido de ... Eu não sei, eu tô pensando, eu não sei se na estrutura convencional que eu vou falar é mais do jornalismo convencional, como se fosse de uma empresa, mesmo, sabe? Uma organização do setor privado, vamos dizer assim. Eu acho que porque o que eu penso...

**Pesquisadora:** Não necessariamente uma empresa de mídia...

**André Napchan:** O que eu penso, assim, o que a gente tem que pegar como base do convencional é algumas coisas na parte de profissionalismo, de estruturação do coletivo. Por exemplo, o que eu falei de registro. A gente chegou pelas conversas no que a gente queria fazer naquela época, não foi interessante, mas e se agora a gente falar: "pô, a gente não vai conseguir ir pra frente se a gente não se registrar e

deixar de ser um coletivo e virar uma OSIP”, vamos dizer assim. A gente tem que fazer e pronto. Não porque talvez a gente viu que tem/existem veículos de jornalismo que se estruturaram assim, mas que a gente sabe que a gente tem que se estruturar minimamente pra gente conseguir continuar vivo.

**Pesquisadora:** E esse é um caminho...

**André Napchan:** É, eu acho que é o caminho nesse sentido do profissionalismo, que é aquela coisa de burocracia, mesmo. Tem burocracias que dá pra gente fugir, que o modelo tradicional traz e eu acho que é desnecessário, mas tem acho que burocracias desse tipo, por exemplo, pra você ter um espaço físico, pra você poder bancar os custos fixos, você tem que passar por um mínimo de burocracia, que é isso: você tem que ter um registro, você tem que existir, né, tá regularizado dentro da lei, do mercado onde a gente atua. Agora, eu acho que o maior também diferencial, de novo voltando pra aquela outra pergunta, que eu acho que é onde tem intersecção, é no sentido da credibilidade. O que a gente vê, às vezes, [é] que até modelos tradicionais grandes, que eu acho que não são tão ruins, mas que eu vejo fora, com as pessoas do público final, e talvez até pela maneira como tá estruturado, convencional, ela [a mídia] já perde a credibilidade quando chega no público final. Digo, né, acho que das gerações nossa pra baixo, que as pessoas tão cada vez mais ligadas e procurando mesmo meios de informação alternativos, e aquela coisa começa a fechar cada vez mais só por ser tradicional, sabe? Como é minimamente estruturado, e aí se fala: “pó, será que é real?”, eu tendo a acreditar mais talvez num veículo independente que tá me dando essa informação do que num portal grande que eu sei que...

**Pesquisadora:** Essa seria uma vantagem, então?

**André Napchan:** Então, isso. Nesse sentido, eu acho que é a vantagem. E é por isso que é difícil a gente... Porque tem coisas que eu enxergo que dava pra gente tirar. Mas, ao mesmo tempo, eu acho que a gente não consegue ver porque, em termos de credibilidade, é uma vantagem, a gente tem medo de perder isso.

**Pesquisadora:** Nesse sentido de assumir determinadas burocracias...

**André Napchan:** Talvez.

**Pesquisadora:** Eu posso pensar, talvez, seguindo esse raciocínio, de que assumir determinado nível de estrutura, de burocracias, de processos, possa comprometer uma credibilidade que é oriunda da condição de independente?

**André Napchan:** Exato.

**Pesquisadora:** Teria que se achar o meio termo...

**André Napchan:** Exato, que é isso, meio que tá rolando nas conversas, mas ainda tá meio difícil da gente conseguir ter os acordos. E eu acho que é por isso mesmo. Por isso que eu falei no começo, não sei se é tão jornalismo convencional, mas um mercado convencional que a gente tá acostumado, assim dentro de como atuar mesmo, né, perante o público final, a sociedade e tudo mais. Eu acho que inclusive coletivos, outras organizações que a gente fez parceria desde o ano passado, que abriram também um pouco o olho disso. A gente viu que “pô, é igual a gente, tem menos gente, como eles conseguiram? Tão fazendo isso? Ah... porque ele se registraram como não sei o quê, ou porque eles já tiveram alguma ideia que pelo menos o custo da casa eles tão bancando, eles não precisam mais se preocupar com isso”.

**Pesquisadora:** Entendi.

**André Napchan:** Acho que é isso. Tô pensando aqui se tem mais alguma coisa que é interessante. Acho legal, é uma bela reflexão, eu acho, que a gente tá fazendo. Gostei. Eu nunca tinha parado pra pensar muito em algumas coisas que você perguntou, sabe? Então tô pensando se tem mais alguma coisa pra falar, mas eu acho que...

**Pesquisadora:** Se tiver mais algum aspecto que eu não mencionei e você quiser acrescentar...

**André Napchan:** Não, acho que não.

**Henrique Coaracy Brasil Santana Gandolfo, 22 anos, graduando em Ciências Sociais (último semestre) na PUC**

*Entrevista concedida em 25/11/2016, nas imediações da redação da Vaidapé, no Butantã, em São Paulo.*

**Pesquisadora:** Primeiro, eu vou fazer algumas perguntas sobre a sua participação especificamente no projeto. Antes de atuar na Vaidapé você teve alguma outra experiência com jornalismo?

**Henrique Gandolfo:** Não, foi minha primeira experiência. Assim, trabalhando com jornalismo ou participando de grupos, foi a primeira experiência.

**Pesquisadora:** E há quanto tempo você está atuando no projeto?

**Henrique Gandolfo:** Desde o começo de 2014. Faz três anos.

**Pesquisadora:** E como foi que você se aproximou do coletivo? Como que você ficou sabendo e, uma vez que você conheceu eles, como que foi essa aproximação para participar do grupo de fato?

**Henrique Gandolfo:** Então, na verdade a Vaidapé ela se formou pelo João (pelo Sujão [João Miranda], que estava na reunião), e pelo Pedrinho, que é um outro menino que não está mais tão presente ali na Vaidapé. Mas eles dois estudaram comigo no colégio, na verdade. Tanto o João, quanto o Pedrinho. Então eu vi meio esse processo de formação acontecer, ao longo do terceiro colegial, foi meio no final do terceiro colegial que começou. Vi ele se desenrolar, vi a primeira edição sendo impressa da Revista Vaidapé. Na segunda edição, eu até cheguei a contribuir, mas sem participar do coletivo. E aí foi meio a partir deles que eu acabei me interessando e começando a participar.

**Pesquisadora:** O Pedrinho que você fala é o Pedro Mirilli?

**Henrique Gandolfo:** Não, o Pedrinho é outro Pedro. Ele está bem sumido, na verdade, ele se afastou do projeto mesmo. É o Pedro Rodrigues.

**Pesquisadora:** Pedro Rodrigues, tá.

**Pesquisadora:** O que foi que motivou o seu interesse em passar a colaborar com o projeto?

**Henrique Gandolfo:** Acho que inicialmente eu estava vindo bastante também daquela onda Jornadas de Junho, meio que o primeiro contato com muitas questões de ativismo, de movimentos sociais, de reivindicações. Um pela proximidade com quem já estava participando, né? E a proximidade permitiu eu ter contato com alguns outros ambientes ali de militância, de ativismo na mídia, porque inclusive no começo tinha mais ainda esse caráter, tinha bastante artigo de opinião sobre algumas questões. E eu vi nesse lugar da mídia, da comunicação,

um potencial interessante tanto para colocar ideias, quanto para debater ideias que já estavam colocadas. Não necessariamente pelo jornalismo, até porque eu vim de uma formação de Ciências Sociais, mas mais pra discutir alguns temas da nossa sociedade, e por essa onda das Jornadas de Junho ali.

**Pesquisadora:** Houve um interesse mais específico da sua formação, então. Essa parte de opinião, digamos assim [inaudível].

**Henrique Gandolfo:** É, talvez. Eu não tinha tanto essa ideia da questão da democratização da mídia no começo, quando eu entrei. Eu não estava tanto com esse discurso ainda colocado. Tipo assim: não gostava da Rede Globo, achava o jornalismo tradicional uma merda, mas também não estava tão empoderado dessa terminologia toda dos movimentos pela democratização da mídia e dos coletivos que já tinham surgido ali, ou dos blogs, né, que vem de antes, essa galera que estava aí na Internet já fazendo mídia [trecho incompreensível].

**Pesquisadora:** Entendi. E qual é a função que você ocupa hoje no projeto? Tem alguma função específica, você passou por mais de uma função nesse período?

**Henrique Gandolfo:** É, é difícil. Eu acho que você viu lá na reunião que é um pouco... O fluxo entre funções é grande. Mas assim, você tem meio que funções estruturantes lá, que são meio básicas. No meu caso, eu entrei muito na redação, e meio que continuei na Vaidapé, me consolidei na redação. Mas como você vai aprendendo muitas coisas e a gente faz muitos tipos de atividade também, então eu já participei do programa de rádio também, uma época, eu já diagramei revista, já diagramei infográfico, agora vou lançar um minidoc que eu editei, eu aprendi a mexer no *After Effects* para fazer vinheta, sei lá. Carrego caixa de som, escrevo editais – naqueles que a gente passou, eu acabei escrevendo também. Então, acho que a função que eu parti na Vaidapé e me estruturou ali dentro foi pela redação, assim como outras pessoas tiveram uma função específica, mas você acaba transitando por outros campos, até programação eu aprendi um pouco, enquanto eu estava na Vaidapé.

**Pesquisadora:** Entendi.

**Pesquisadora:** Quantas horas, em média, você se dedica às atividades do projeto por semana atualmente?

**Henrique Gandolfo:** Atualmente? É, então, isso varia bastante. Acho que a discussão que você viu ali na semana passada era bem isso também.

**Pesquisadora:** Depende do fluxo de trabalho.

**Henrique Gandolfo:** Depende do fluxo de trabalho, depende do fluxo

de verba também, porque assim... eu agora, por exemplo, tive que pegar um projeto de iniciação científica, que também nem me demanda tanto, mas que já me pega um pouco mais de tempo do que eu tinha ano passado, por exemplo, que a gente tinha uma verba de edital. Enfim, eu ainda nem sou um dos que trabalha mais na Vaidapé, comparado com o resto da galera. Mas hoje em dia, sem grana em caixa rolando, e assim bem de saco cheio já desse [incompreensível], eu acho que eu dedico uma média de umas 16 horas semanais ao projeto. É bastante, mas eu sou uma pessoa que também... é difícil de computar também, porque tem muitas pessoas que ficam de casa fazendo coisas, sabe?

**Pesquisadora:** Sim, mas isso conta de casa também.

**Henrique Gandolfo:** Conta de casa...

**Pesquisadora:** É, o que eu te pergunto contaria de casa. É você fazendo coisas do projeto seja lá ou seja na sua casa.

**Henrique Gandolfo:** É, eu diria que entre umas 16 e 20 horas semanais.

**Pesquisadora:** E em algum momento você se dedicou mais do que isso? Qual foi esse momento? Você falou dessas outras fases, da questão dos editais.

**Henrique Gandolfo:** É, quando tinha os editais era isso. Acho que por ter uma verba rolando, mesmo que ela fosse muito baixa, eu me sentia um pouco na responsabilidade de estar produzindo mais do que a nossa produção normal do dia a dia, né. Além de ter o projeto do edital, porque em geral os editais, eles, apesar de dar dinheiro, você precisa apresentar várias contrapartidas além do que você já faz como mídia, né. E os editais que a gente pegou em específico tinham muito esse caráter de ocupação do espaço público, promoção de evento, de diálogo da rua com as plataformas de comunicação digitais. Nessa época, eu trabalhava mais, eu diria que eu ficava umas seis horas por dia trabalhando na Vaidapé, tanto para a articulação dos eventos e da programação que ia ter nas atividades que a gente estava fazendo no Grajaú, na época, no ano passado, quanto para a produção jornalística, para escrever mais editais, né, que a gente passou em mais alguns editais ano passado além desse que deu o dinheiro – por exemplo, o PROAC, que imprimiu a revista. Enfim, para a comunicação de pesquisador querendo vir falar com a gente, de estudante de jornalismo que quer conhecer, etc.

**Pesquisadora:** Nesse período de seis horas diárias, era remunerado? [inaudível]

**Henrique Gandolfo:** A remuneração não era por hora de trabalho, né? Era uma remuneração fixa que a gente tinha, que era, acho que era 600 e tantos reais, se eu não me engano, por pessoa.

**Pesquisadora:** Isso para um mês.

**Henrique Gandolfo:** Não, isso foi um projeto de oito meses, eu acho. Um projeto de oito meses. 600 reais por mês e aí estava empregando algumas pessoas, eram cinco ou seis pessoas empregadas, não lembro direito, assim. Do coletivo.

**Pesquisadora:** Entendi. Então cinco ou seis pessoas com mais ou menos essa dedicação e essa...

**Henrique Gandolfo:** É, mais ou menos. Algumas mais e outras menos, assim. Inclusive uma das coisas que a gente tava discutindo lá da democratização das verbas veio muito por um aprendizado próprio desse edital do ano passado, teve uma pessoa que entrou nele desde o começo e acabou que se enrolou com problemas pessoais, com trabalho, etc. e tirou muito o pé do projeto, assim. E continuou recebendo, até criou uma insatisfação meio interna do coletivo, de perceber níveis de dedicação diferentes das pessoas.

**Pesquisadora:** Você conseguiria, poderia, descrever como funciona, como costuma ser, a sua rotina de tarefas do projeto atualmente, o que você faz? Por exemplo, se você tivesse que descrever o que você fez para o projeto na última semana. Tirando a variação muito grande em relação [trecho incompreensível] eu gostaria que você falasse aí dos dois, o que muda nessa rotina, nesses diferentes momentos.

**Henrique Gandolfo:** Eu acho que nesse momento, além da questão de não estar tendo dinheiro, eu, particularmente, fiquei muito sobrecarregado sobre a função da edição do minidoc. Então, nas últimas semanas é basicamente isso que eu tenho feito. Até porque acabou que caiu tudo para mim, tanto da questão de finalização, de edição, de montagem, de letreiros. Então eu acabei ficando sobrecarregado. Então essas últimas semanas, na verdade, são meio atípicas, porque eu fiquei bem focado só nisso, na produção disso. Mas, normalmente, eu diria que a minha rotina ela se divide na comunicação interna e externa do coletivo – tanto de demandas internas quanto de responder demandas externas, por e-mail, página do Facebook, etc. A produção de conteúdo e muitas vezes também ao recebimento de conteúdos que foram produzidos para a Vaidapé – às vezes, pessoas que são mais colaboradoras, de pessoas que não estão o tempo inteiro, então eu subia o post no site, diagramava no site também, tinha bastante essa função, assim, para preencher.

**Pesquisadora:** Além do vínculo com o projeto, que outras ocupações que você tem em geral?

**Henrique Gandolfo:** Mas em relação a quê? Empregatícia...

**Pesquisadora:** É, emprego, estudos...

**Henrique Gandolfo:** Então, era para eu estar terminando a PUC agora,



vou prorrogar ainda a faculdade por mais um ano eu acho, porque eu tenho algumas matérias trancadas. Fazendo Sociais. Eu sou bolsista em um projeto de Iniciação Científica do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política da PUC. Fora isso, já trabalhei de garçom, já trabalhei em campanha de partido político, campanha de deputado nas eleições.

**Pesquisadora:** Mas, no momento, você divide o seu tempo com a Vaidapé, a faculdade e a Iniciação.

**Henrique Gandolfo:** Exatamente.

**Pesquisadora:** Agora vou passar para três perguntas finais que são mais direcionadas para uma avaliação do modelo de organização da revista e uma comparação com o jornalismo que eu chamo de jornalismo convencional. Seria o jornalismo tradicional, o jornalismo praticado na grande mídia, mas não só a grande mídia, jornais menores que reproduzem esse modelo. É a isso que eu me refiro quando eu falo de jornalismo convencional. Então, de forma geral, a partir dessa experiência no coletivo, durante esse tempo, como você avalia o modelo de organização adotado pela Vaidapé?

**Henrique Gandolfo:** Então, de modo geral, eu diria que é um modelo de organização bem fluido e nada consolidado. Ele está em constante processo de readaptação às demandas do coletivo, e também do entendimento do que está dando certo e o que está dando errado. E até por você não ter uma estratificação do trabalho – por mais que exista algumas diferenças de protagonismo, você não tem uma relação de estratificação do trabalho –, fica muito difícil você também ter um modelo de gestão colocado, e aí muitas vezes você vai entrar em conflitos internos na base do coletivo de quais deveriam ser os modelos de organização. Mas, de forma geral, eu diria que é uma organização pautada um pouco na vontade das pessoas, de a partir das demandas de cada um, do quanto cada um tá querendo produzir. E ela vai se organizar mesmo, ter os momentos concretos de organização nessas reuniões periódicas que a gente faz e muito pela Internet também, por Telegram, Whatsapp, grupo de Facebook, e ali a gente organiza algumas demandas e tenta fazer uma divisão de trabalho a partir desses grupos digitais. E nas reuniões práticas, assim. É mais ou menos isso que você quer saber? Ou...

**Pesquisadora:** É, e eu quero saber o que você acha desse modelo, a sua opinião sobre esse modo de organização.

**Henrique Gandolfo:** Eu, particularmente, acho muito interessante você estar primeiro construindo um novo modo de organização, muito diferente dos veículos tradicionais – inclusive isso que você não vai ter... uma organização menos corporativa, né? Que ela está sendo pensada por

todos do grupo, que todos estão participando do projeto de organização, que todos estão entendendo as etapas produtivas que acontecem do coletivo. Por esse lado é muito interessante, você tá construindo com as pessoas. Por outro lado, eu acho que talvez seja uma grande falha dos veículos de comunicação no geral – que eu acho que falta um pouco de método organizacional, sabe? Para alguns veículos, outros – sei lá, o Jornalistas Livres, a Mídia Ninja –, eles encontraram o seu método de organização, que aí eu também tenho as minhas críticas pessoais, mas eu acho que eles encontraram um método de organização, pelo menos, que faz funcionar a produção de conteúdo, que faz, enfim, eles de fato terem uma organização interna e as pessoas entenderem – ou não, né? –, mas entenderam mais ou menos o que estão fazendo. Eu acho que muitos desses outros coletivos, um pouco menores e tal tipo a Vaidapé, aqui em São Paulo, o Periferia em Movimento que é um coletivo um pouco menor, mas vários outros grupos aí que a gente conheceu na trajetória da Vaidapé, é que é isso, você fica um pouco dependendo tanto de políticas, não só você depende de políticas públicas, muitas vezes como você não tem um modelo para procurar uma forma de recurso e para organizar o coletivo, assim. Eu acho que falta muito para os coletivos discutir esses novos modelos. Talvez a gente esteja discutindo bastante, [mas] talvez tentar colocar em prática novas formas de organização, porque eu acho que ainda fica um pouco confuso, fica um pouco complicado, o trabalho fica um pouco desorganizado. Você tem algumas dinâmicas de postagem, de publicação, de manutenção de um veículo que elas dependem um pouco da organização interna do veículo, e isso reflete nos números do Facebook, enfim. E eu acho que esses grupos, Mídia Ninja, Jornalistas Livres, em parte o alcance... O Jornalistas Livres é muito recente, né? O alcance que ele tomou, além de ter muitas pessoas, é que ele tem um método de produção que não só é muito constante como também é muito grande, né? A quantidade de posts por dia, como também tem uma constância, entendeu? Você não tem aqueles vazios que muitos coletivos têm de publicação, enfim. Eles também têm um trabalho um pouco mais ativista, né? Não dependem tanto da questão de financiamento. Mas acho que é isso.

**Pesquisadora:** Entendi. É na sua avaliação – você já comentou um pouco isso, mas eu queria que você comentasse um pouco mais especificamente agora –, qual é o principal diferencial desse modelo de organização que vocês experimentam na Vaidapé pro modelo do jornalismo convencional?

**Henrique Gandolfo:** Eu acho que, em primeiro lugar, você tem essa questão de não ter uma organização pensada de cima para baixo, mas

você também não tem uma produção pensada de cima para baixo. Vamos supor, um texto que chega na Vaidapé ele, em geral, passa por duas, três revisões, uma edição. A revista, por exemplo, a gente joga um projetor no meio da sala e todo mundo corrige o texto em conjunto, dá sugestões. Então é isso, o projeto de entendimento do funcionamento do coletivo, não só na organização, mas nas práticas produtivas, ele acompanha o coletivo como um todo. Então eu acho que esse é o maior rompimento. E isso reflete em grande parte nas linhas editoriais do veículo, porque se você não tem uma linha editorial ditada de cima para baixo, e que vai ser editada – porque você pode ter jornalistas com posições diferentes, por exemplo, do veículo que tá colocando, mas tem um editor que ele vai fazer corte X, Y na manchete, vai colocar a hierarquia de informações de um jeito ou de outro. Se você não tem isso, você primeiro cria uma pluralidade de vozes ali, não só de que estão sendo ouvidas, mas de que estão escrevendo, técnicas de texto, também, uma série de coisas... experimentações artísticas, que não é permitido em um modelo mais corporativo de mídia. Não sei se tem mais o que falar.

**Pesquisadora:** Bem, pra mim ficou claro. E no seu entendimento, você colocaria alguma vantagem ou desvantagem em relação a esse modelo convencional? Quer dizer, você falou sobre a diferença, você acha que tem vantagens e desvantagens implicadas nisso? Você vê assim? E se algum aspecto desse modelo convencional poderia, talvez, ter um efeito positivo se aplicado na Vaidapé. Você tem algo que poderia ser adaptado desse modelo, que poderia beneficiar de alguma forma o modelo de organização de vocês?

**Henrique Gandolfo:** Eu [diria] que primeiro é um modelo que deu certo, né? Talvez agora estejam entrando algumas crises do jornalismo, mas como forma de organização, de produção e estruturação de uma redação é um modelo que deu certo por muito tempo, então a gente com certeza vai ter o que aprender com isso. Tanto que a gente, na verdade, usa grande parte, a base, no fim das contas, se a gente for pensar no nosso modelo, a base que a gente tem do jornalismo, a referência que a gente tem do jornalismo são muito esses grandes veículos, né? Então eu acho que, óbvio que a gente tem muita coisa a absorver deles. Mas é entender também que o modelo de organização dele também é, ele existe também porque ele é legitimado pelas formas de organização institucional, assim. Então até, vamos supor, os projetos, Agência Pública, por exemplo, que é uma ONG de Jornalismo. Você tem um projeto de jornalismo alternativo na produção de conteúdo, na produção de pauta, mas você tem uma organização institucional, burocratizada,

corporativa em um modelo de ONG, né? Do terceiro setor, terceiro setor do jornalismo. E acaba que a gente sempre fica preso muito nessas formas, e por um lado é isso, elas deram super certo, com esse modelo de organização, e a gente vira uma sociedade que aceita e dá legitimidade para esse tipo de modelo de organização, também. É um pouco difícil de você fugir. Eu acho que, para mim, na minha opinião, o mais interessante é você pegar esses formatos, pegar a estrutura desses formatos, e tentar uma mudança interna dentro das estruturas desse formato. Porque para conseguir apoio, para sobreviver [incompreensível] a longa duração dos coletivos, é muito difícil sem você acabar não institucionalizando de alguma forma. Tanto que a gente vê a rotatividade de coletivos que aparecem e desaparecem com uma frequência muito grande. E quem acaba ficando são esses coletivos com CNPJ, mais estruturados, com conexão política, por exemplo, como é o Fora do Eixo, o Mídia Ninja. Enfim, os Jornalistas Livres é uma coisa que é meio megalomaníaca, surreal a quantidade de pessoas que está ali dentro, mas que também tem como base a Laura Capriglione, que é uma jornalista consagrada, tem um apelo mais de militância do PT, tem apoio da CUT. É isso, dentro do modelo institucional você teve um governo do PT, por exemplo, que colocou os sindicatos mais ainda dentro das asas do governo, institucionalizou mais ainda os sindicatos. Com os movimentos sociais a mesma coisa. E é isso, a gente está um pouco nessa lógica. É muito triste, mas acho que é importante a gente não só fazer a crítica dessa lógica, mas também incorporar alguns elementos dessa lógica de institucionalização para manter o projeto. E pra... enfim, mais ou menos isso.

**Pesquisadora:** E quais elementos especificamente você acha que poderiam ser interessantes para a realidade que a Vaidapé vive hoje?

**Henrique Gandolfo:** Eu acho que a gente precisava de um CNPJ (risos), precisava institucionalizar com um número, porque é isso, a principal fonte de apoio do Brasil para as questões culturais é a Lei Rouanet, por exemplo. Sem um CNPJ, a gente não participa da Lei Rouanet, e a gente por ser um projeto de mídia, mas com um apelo cultural muito forte também, é foda, o maior projeto do Governo Federal é esse. E a partir de agora, começou a surgir alguns editais públicos, no governo PT com muita influência também do Juca Ferreira no ministério da Cultura, do Fora do Eixo, do governo, de você começar a aceitar os coletivos, as pessoas físicas representando coletivos. Provavelmente, eu acho que talvez mude primeiro esses programas, e outras formas de financiamento, né? Você prestar serviços, por exemplo, uma série de coisas que você pode somar à renda do coletivo. É muito difícil se você

ficar em uma total informalidade, apesar de ser lindo ideologicamente, discursivamente, você estar em uma inconstitucionalidade total do sistema, assim. Se você tem, principalmente um coletivo de mídia, que você tem uma demanda de publicações com uma frequência x e y, que você em geral vai ter pelo menos quatro pessoas, é foda, né? Se você é um movimento Passe Livre, que vai tá organizando atos pontuais, você não precisa tanto dessa institucionalização, mas em um coletivo de mídia, eu acho um pouco mais complicado.

**Pesquisadora:** E fora essa questão formal, da formalização, você vê algum elemento, algum aspecto mais relacionado à estrutura em si, às práticas no dia a dia da produção?

**Henrique Gandolfo:** É, assim, você tem um sistema que ele é pautado no empregador e no empregado, né? O empregador, ele vai estar empregando e o empregado vai estar prestando o seu serviço e ele tem a obrigação de prestar o serviço x e y. Quando você não tem um empregador propriamente, tem que existir um policiamento, uma vontade, desse suposto empregado, que é a pessoa que está ali na base da produção, seja jornalística, o que for, que tem que ter uma cobrança pessoal muito forte, um autocontrole muito forte sobre os trabalhos que ele tem que fazer, o quanto que ele tem que produzir, o quanto que ele tem que se dedicar por dia àquele projeto. Então eu acho que por um lado é muito legal você não ter a estratificação de trabalho, mas essa não estratificação do trabalho também, muitas vezes, gera comodismo das pessoas e enfim, prejudica. Eu acho que pode ser que aconteça isso, que você não tenha tanta dedicação, ou então você se acomode mesmo no projeto que você está construindo, por não ter uma cobrança tão forte de uma pessoa que vem de cima, que é o seu chefe claramente. Eu acho que é isso que cabe aos coletivos, na verdade, você criar dinâmicas que consigam exercer essa pressão interna. Eu acho que dentro do coletivo, você entender quais que estão sendo o tempo de trabalho, a quantidade de produção que a pessoa está fazendo, e você ter dinâmicas internas para fazer, para controlar isso, para você fazer cobranças, para você se justificar, também, enfim. Acho que é isso, mais alguma coisa?

**Pesquisadora:** Tem mais alguma coisa que você gostaria de acrescentar? De repente algo que eu não mencionei e que você acha que seria importante?

**Henrique Gandolfo:** Eu acho que tem uma coisa que sempre que eu vou dar entrevista para a Vaidapé eu falo, que a Vaidapé, ela virou muito objeto de estudo, né? Para muitas pessoas, virou pauta de reportagem, deram uma entrevista para o Canal Brasil sobre novas mídias, etc. E eu acho que você tem bastante esse entendimento, acho que é bom sempre

ressaltar que a gente está meio como um dos coletivos que está formando esse leque gigante de novos produtores de conteúdo, mas, na verdade, para mim, a questão mais significativa disso, ela está na verdade nos produtores de conteúdo que estão surgindo nas comunidades indígenas, nas favelas e nas periferias, porque a partir daí, você tem realmente uma ruptura do modelo narrativo tradicional, que você coloca pessoas que estavam sempre no papel, na posição de contado, de jornalista branco indo para a comunidade, indo para aldeia – pra aldeia nem ia, né? –, mas contando a história daquela pessoa, essa pessoa faz uso dessas novas ferramentas da Internet, sobretudo, para começar a traçar as narrativas próprias, para contar a sua própria história, que até então estava sendo contada, né? Eu acho que essa é a grande revolução da comunicação, com a Internet – e você cumpre com aquela diferença entre o espectador e o ouvinte, o ouvinte e o espectador eles se unem nesse sentido. O Periferia em Movimento, aqui de São Paulo, da Zona Sul fala isso que é o jornalismo para e a partir das periferias, né. Que é isso: quem pode entender melhor uma realidade do que quem está vivendo ela mesmo. Então eu acho que é só isso, os movimentos de resistência à comunicação hegemônica sempre existiram, eu acho tipo... e muitas vezes também quem tava – não sei se muitas vezes, se posso falar isso –, mas na época da Internet, pelo menos, quem iniciou esse processo aqui no Brasil de trazer novas políticas de comunicação, além daquele pessoal do Indymedia e tal, foi muito blogs ligados ao governo federal, os primeiros coletivos foram ligados ao governo do PT, mas quando você começa a ter uma apropriação da periferia em cima disso, das favelas, dos indígenas, tá ligado? Você tem uma campanha do Guarani-Kaiowá sei lá [incompreensível] é uma organização gigante no Brasil que partiu de uma assembleia na [incompreensível] e na publicação de uma carta na Internet de suicídio coletivo dos Guarani-Kaiowá. Você tem a morte dos moleques na favela do Rio de Janeiro filmada pelas pessoas da comunidade. Enfim, são várias formas de denúncia que também se apropriam dessas técnicas audiovisuais, e que eram muito usadas na grande mídia, muitas vezes pela manipulação, mas pra você expor uma realidade sua concreta ali – porra e isso te choca para caralho também, um moleque desse tamanho, de cinco anos sendo [incompreensível] choca. E isso só sairia de uma mídia que é feita por pessoas da periferia, que tá vivendo isso o tempo inteiro. Acho que é isso.

**Isadora Souza, 22 anos, graduanda em Relações Internacionais e Filosofia.**

*Entrevista concedida em 1/12/2016, no Largo da Batata, em São Paulo.*

**Pesquisadora:** Você teve alguma outra experiência ou aproximação com jornalismo antes de participar da Vaidapé?

**Isadora Souza:** Não, nenhuma. Tinha um jornal no meu curso de RI [Relações Internacionais], mas era um tipo de texto muito mais acadêmico assim. É a primeira vez que tive uma aproximação com o jornalismo.

**Pesquisadora:** Há quanto tempo você está participando do projeto?

**Isadora Souza:** Acho que desde abril de 2016, desse ano – você quer que conte um pouco como foi?

**Pesquisadora:** É, essa seria minha próxima pergunta, como foi que você se aproximou.

**Isadora Souza:** Então, a Pati [Patrícia Iglécio] e a Jay [Janaína Viegas], que estão lá desde o começo da Vaidapé, elas sentiam muito uma necessidade de existir mais mina dentro do coletivo. Porque – você viu na reunião – é um coletivo majoritariamente composto por homens. E, além de ser um espaço bastante machista por conta disso, tinha muita falta de conteúdo sobre questão de gênero. Se você for ver, tem muito pouco conteúdo sobre gênero na Vaidapé. Daí ela resolveu chamar algumas conhecidas, amigas, que ela achava que teriam interesse pra começar a participar. Na verdade, a gente entrou pela Vaidapé pelo coletivo de minas que se formou em abril, que é o Vaidamina. É como se tivesse se formado um coletivo de minas dentro da Vaidapé que tratava dessas questões de gênero. Mas um pouco da ideia também era que por meio do Vaidamina a gente começasse a se inserir na revista, porque a ideia [não] é que a gente só ficasse ali, entre a gente, e também que a gente, por ser mulher, só falasse de questões de mulheres, que a gente pudesse aos poucos ir se inserindo. E foi por aí, foi um pouco nessa demanda de minas participando e esse convite da Pati e da Jay que chegaram umas mulheres junto – eu, a Clarinha e a Paula. Na verdade, nessa época, entraram mais quatro (a Cacá também, que até hoje participa, a Helô, a Lu e a Olivinha), mas no fim acabou que elas – por questão vida, faculdade, trabalho – acabaram não colando tanto.

**Pesquisadora:** Então, hoje, tá mais consolidado em vocês?

**Isadora Souza:** É.

**Pesquisadora:** O que motivou o seu interesse na proposta, em aceitar esse convite da Pati e da Jay?

**Isadora Souza:** Então, primeiro porque eu já militava no movimento feminista, na universidade. Eu tô no fim do curso e eu senti que tava se esgotando... senti que a minha militância universitária tava se esgotando e eu queria achar um outro espaço em que eu pudesse ter essa militância. E daí esse convite casou super, porque era um pouco pra tratar dessas questões de gênero. E ao mesmo tempo também porque eu já conhecia há muito tempo o trabalho da Vaidapé, já curtia, admirava. E eu curto muito escrever, então, também pensei "pô, não conheço nada de texto jornalístico, mas vou encarar".

**Pesquisadora:** Dentro dessa dinâmica, seja a mais específica do Vaidamina ou da sua participação na Vaidapé como um todo, você se identifica com alguma função específica dentro do coletivo.

**Isadora Souza:** Não.

**Pesquisadora:** Não existe algo que você descreveria "ah, eu faço tal função"?

**Isadora Souza:** Não me identifico com nenhuma função específica. Acho que também porque como eu tô lá há pouco tempo e dentre a galera que entrou há pouco tempo, acho que eu sou uma das pessoas que menos se envolveu no dia a dia com o coletivo. Então, eu só tô lá assim pra fazer trampos meio às vezes, sabe? Não tem nenhuma função específica.

**Pesquisadora:** E quais são essas tarefas que você faz? Poderia descrever mais ou menos quais costumam ser elas?

**Isadora Souza:** Então, as tarefas que a gente veio fazendo foi fazer pauta. Então, acho que uma das coisas que eu fiz foi escrever e ir atrás de entrevista, etc., e também quando teve evento, a gente teve – acho que também um pouco pelo machismo – as minas tiveram um papel importante ali. Tipo, de fazer corre pra pegar coisa, comida, etc. Um pouco essas funções, de produção, quando rolou os lançamentos, e de escrever e ir atrás de entrevista.

**Pesquisadora:** Entendi. Quantas horas, em média, você se dedica a atividades do projeto por semana? Você identifica algum padrão?

**Isadora Souza:** Não é regular. Não tem padrão. Sei lá, na época que a revista tava saindo acho que.. nossa, não consigo medir horas, mas...

**Pesquisadora:** Por dia assim, mais ou menos...

**Isadora Souza:** Na época da revista, dá pra colocar, sei lá, uma hora por dia. [Era] pouco tempo, acho que eu sou uma pessoa de pouco tempo [risos], não deve ser igual pra outra galera. Teve momentos que, por exemplo, eu nem pensei na Vaidapé durante a semana. Então é tipo uma presença mais espaçada.



**Pesquisadora:** Além do seu vínculo com a Vaidapé, que outras atividades você tem na sua rotina, no geral?

**Isadora Souza:** As duas faculdades, eu tenho bastante... [risos] Eu faço iniciação científica também, eu faço aula de música. Por algum tempo... tô num momento de me desvencilhar do coletivo feminista que eu participo, então, isso fez parte por um bom tempo, agora não tanto. Acho que é isso.

**Pesquisadora:** Passando mais agora pra questão da organização na Vaidapé, que é o tema da pesquisa. De forma geral, a partir da experiência que você tem no coletivo desde o início do ano, como que você avalia o modelo de organização adotado pela Vaidapé?

**Isadora Souza:** Então, eu acho que, assim, é um modelo muito potente. Mas, ao mesmo tempo, que pode cair em problemas, né. Eu vejo que assim eu identifico muito a Vaidapé funcionando de uma forma horizontal e bem orgânica e eu acredito muito em horizontalidade dentro da política, etc., então acho massa. Mas, ao mesmo tempo, por não ter funções claramente delegadas, por, enfim, deixar as coisas irem acontecendo meio organicamente rola momentos de bastante desorganização. Acho que coletivo, ao mesmo tempo que isso é muito bom, também tem esse lado muito ruim, eu vejo que rola desorganização. Por exemplo, uma coisa que eu sinto falta na Vaidapé são melhores canais de comunicação: você ter uma ata bem estruturada de uma reunião pra quem não colou, ter mensagens claras do que tá rolando. Por exemplo, quando a gente tava na preparação da revista, eu ia fazer uma pauta pra revista. Tem uma pauta do Vaidamina, que a gente ia fazer, e eu ia fazer uma outra pauta com o Vitão [Victor Santos] sobre questão de imigração. Aí, enfim, a gente não colou numa reunião e acabou que a pauta caiu e a gente foi descobrir tipo duas, três semanas, depois quase.

**Pesquisadora:** Que a pauta tinha caído pra imprensa?

**Isadora Souza:** É. Por sorte, a gente tava muito atrapalhado e não tinha corrido atrás disso – do prazo né, porque tinha um prazo pra entregar as coisas. Mas, enfim, daí fico meio essa discussão: "bom, mas aqui é orgânico, se você não cola junto, você não vai saber mesmo". Mas ao mesmo tempo, não é que eu não tô colando, eu só faltei uma reunião, seria bom se alguém tivesse me comunicado que a pauta caiu, pra eu não ficar correndo atrás do trampo.

**Pesquisadora:** As atas costumam ser enviadas ou publicadas em algum lugar?

**Isadora Souza:** Então, quando rola, elas são publicadas no docs, todo mundo vê lá no Google.

**Pesquisadora:** Mas nesse caso, por exemplo, isso não aconteceu?

**Isadora Souza:** Nesse caso, caso acho que não teve ata e, enfim, acho que nem tem muito essa prática do tipo "publicar a ata", "ver a ata", sabe. Acho que falta um pouco dessa organização mais objetiva pras coisas fluírem melhor, um pouco isso. Acho que também eu não sou a melhor pessoa pra falar isso porque eu tô lá há pouco tempo e muitas tretas...

**Pesquisadora:** Bom, é a sua percepção nesse tempo...

**Isadora Souza:** É. E tem toda aquela questão: horizontalidade você tem sempre pessoas que se responsabilizam mais que outras em última instância. Isso é normal e acho que isso é importante pra um coletivo rolar. Mas daí sempre tem aquele problema, que é o problema que eu acho que o pessoal tá enfrentando agora, que por não ter grana... as pessoas começam a se envolver, ter trabalho e tal, as pessoas vão tendo menos tempo pra Vaidapé e parece que o coletivo desmilinguiu um pouco. Tem que pensar também nessa transição, quem que vai ocupar essas responsabilidades, acho que isso deveria ser um pouco mais objetivo talvez.

**Pesquisadora:** Do que você conhece do jornalismo convencional – do modelo de jornalismo convencional como uma empresa, com divisão de tarefas, hierarquia e tudo mais – qual que você identifica como o principal diferencial entre o modelo da Vaidapé e o convencional?

**Isadora Souza:** Eu acho que, primeiro, que você não tem uma hierarquia muito clara. Não tem ninguém que é teu chefe e vai dar a palavra final do que vai acontecer ou não, acho que os processos eles são bem coletivos de decisão. E acho que também tem algo muito bom que você pode chegar lá com uma pauta, ou com um projeto, um evento, e falar: "velho, vou tocar" e o pessoal normalmente fala: "bora, vamo" e apoia e vai. Acho que é um espaço mesmo que vem muito de baixo pra cima e que todos esses desejos e vontades, se tocados – se você resolve tocar – eles vão pra frente. Eu acho que um pouco o formato, é um dos principais diferenciais. E (não sei se também é disso que você tá falando agora) sobre o que cobre também, porque o jornalismo convencional em geral não tem esse viés que a Vaidapé tem de coletar essas narrativas que não estão na grande mídia. Várias iniciativas autônomas, na periferia e tal, que a grande mídia não cobre e a Vaidapé tem bastante esse viés. Mesmo durante o período que rolou o golpe, a gente ficou ainda mais buscando essas narrativas resistentes, inclusive ao golpe, mas que sempre estiveram aí e que não são muito mostradas.

**Pesquisadora:** Como alguém que tá vindo de fora do jornalismo, você tem uma outra formação, você acredita que esse interesse que teve pela

Vaidapé em algum momento se daria também em algum projeto de jornalismo convencional? Você teria interesse em colaborar de alguma forma com esse outro jornalismo ou participar, te atrai de alguma forma?

**Isadora Souza:** Não muito, na verdade. Até porque não sou da área, não tenho interesse em tramar com isso, ainda mais no jornalismo convencional. Acho que o que me interessa na Vaidapé é um pouco poder ter esse espaço menos formal de trabalho e um pouco também de militância. É um pouco esse o lugar que tem pra mim, mas acho que porque eu não sou do jornalismo é diferente, talvez, do que pra outra galera. É isso.

**Pesquisadora:** Voltando um pouco para aquela comparação entre o modelo da Vaidapé e o modelo convencional, você vê vantagens e desvantagens nessa diferença? Do que você conhece do modelo convencional, você acha que tem algum aspecto dele que se fosse aplicado com adaptações pra realidade da Vaidapé teria um impacto positivo pro coletivo? Algum aspecto em termos de organização, estrutura, enfim.

**Isadora Souza:** Eu não sei muito objetivamente como que é no modelo convencional. Mas eu sei que essa organização, ela é mais clara: tem delegação de função: "você faz isso", "você faz aquilo". E eu acho que, assim, pensando na Vaidapé, seria positivo algo nesse sentido, um pouco no que o Ique [Henrique] tava falando naquela reunião. Mas, ao mesmo tempo, se você engessa o que cada um vai fazer você também perde. Você perde muito do que é interessante no grupo. Então, acho que tem que ter um pouco esse equilíbrio. Mas eu acho que no modelo tradicional, essas funções mais claras, essa organização mais clara, principalmente no momento que a gente tá agora lá ajudaria um pouco – mas sem perder essa horizontalidade, essa organicidade que o coletivo tem.

**Pesquisadora:** Você enxerga então um meio termo entre um “engessamento” e uma delegação de tarefas com mais divisões?

**Isadora Souza:** Acho que enxergo. Não consigo pensar em um exemplo do que eu sei disso agora, mas eu acho que eu enxergo um meio do caminho. Precisava ver se ia dar certo...

**Pesquisadora:** Tá certo. Tem alguma questão que você gostaria de acrescentar?

**Isadora Souza:** Acho que não.

**Patrícia Iglécio Fernandes, 22 anos, graduanda em Jornalismo na PUC (formando em dezembro)**

*Entrevista concedida em 25/11/2016, na redação da Vaidapé, em São Paulo.*

**Pesquisadora:** Você teve alguma outra experiência profissional, de estágio ou trabalho, em jornalismo antes de participar da Vaidapé?

**Patrícia Iglécio:** Tive, porque eu entrei na Vaidapé no início do segundo ano da faculdade. No primeiro ano, eu trabalhei com assessoria de imprensa e, no segundo ano, eu trabalhei em uma redação, na rede Brasil Atual, e aí eu tocava os dois ao mesmo tempo, a Vaidapé e a redação, que era um estágio.

**Pesquisadora:** Há quanto tempo você está atuando na Vaidapé?

**Patrícia Iglécio:** Desde do início de 2014.

**Pesquisadora:** Como foi que você se aproximou do projeto? Como que você conheceu e se aproximou para participar de fato?

**Patrícia Iglécio:** No primeiro ano da faculdade, os meninos lançaram a segunda edição da revista lá na PUC, como era muita gente do jornalismo da PUC todo mundo conhecia. Eu participei do evento, e os meninos que estavam começando faziam algumas reuniões no Bene, que é o CA de Jornalismo dentro da PUC. Aí eu coleei em algumas reuniões, porque eram reuniões abertas, comecei a me interessar e aí em 2014 entrei mesmo.

**Pesquisadora:** E o que te motivou a entrar para a Vaidapé?

**Patrícia Iglécio:** Foram duas coisas, uma que era um ideal mesmo, uma questão ideológica, de querer participar politicamente de algum ambiente coletivo e tal. E como eu não tinha muita identificação com o movimento estudantil, os movimentos partidários, e eu gostava muito de jornalismo, casou muito. E a outra motivação, que foi o que fez de fato eu entrar de cabeça, foi a relação mesmo com as pessoas, a amizade, a sensação de estar pertencendo a um grupo mesmo, de pessoas que tinha identificações afetivas.

**Pesquisadora:** Entendi. Você se vê com alguma função específica no projeto? Mesmo que ela tenha mudado ao longo do tempo, tem alguma função ou atividade em que você se identifique mais?

**Patrícia Iglécio:** No início, a minha participação era bem mais jornalística, a produção de conteúdo, escrever texto, fazer matéria, escrever para a revista, pro site. Isso continua até hoje, é uma função minha, de jornalismo mesmo, de reportagem. Com o tempo de envolvimento, eu fui tomando uma outra característica também de coordenar algumas coisas e articular com outros movimentos, e cuidar

mais dessa parte de gestão mesmo do projeto. Porque em 2015 a gente fez um edital da Prefeitura de São Paulo que chamava Redes e Ruas, acho que alguém já deve ter te falado isso, nessa época eu fui a proponente do edital, então eu tinha uma função muito grande de organizar as coisas, de conversar com a Prefeitura, de conversar com os movimentos no Grajaú, e aí isso foi ficando mais forte ao longo do tempo.

**Pesquisadora:** Das tarefas desse edital, mas depois se manteve no geral.

**Patrícia Iglecio:** É se manteve no geral... de organizar reuniões, de escrever, por exemplo, ata da reunião, e informar todo mundo, distribuir funções que precisam ser distribuídas para as nossas atividades. Nessa última revista, eu não fiz nenhuma reportagem de autoria minha pela primeira vez, as outras revistas todas tinham, porque eu fiquei mais na parte de edição de texto, de conversar com as pessoas, de fazer o que não aparece na revista, né? Que é a parte de articular as pessoas, marcar as reuniões. Por exemplo, fazer o contato entre o diagramador e o jornalista, coordenar mesmo.

**Pesquisadora:** Entendi. Eu vou fazer mais algumas questões específicas sobre a sua rotina e depois sobre a organização. E aí, depois, tem uma segunda parte que eu queria perguntar especificamente sobre o Vaidamina. Só para você entender mais ou menos o roteiro.

**Patrícia Iglecio:** Beleza.

**Pesquisadora:** Quantas horas, em média, você se dedica às atividades do projeto por semana atualmente? Se teve alguma mudança recente queria que você comentasse de antes e de agora.

**Patrícia Iglecio:** Em 2014, eu tinha uma participação bem ativa semanal. Toda semana, pelo menos em uma reunião, eu tava aqui, pelo menos um dia da semana eu tava. Às vezes mais, às vezes dois, três. Mas como eu fazia um estágio de seis horas e a faculdade, eu não tinha como participar todos os dias. Mas todas as semanas eu, com certeza, tava bem ativa. E aí, em 2014, nos períodos de férias – é, alguém já te falou do Copa?

**Pesquisadora:**

Sim...

**Patrícia Iglecio:** Foi um projeto que eu participei também e que foi em julho, né? De 2014, então eu tava de férias. E aí a minha participação era todos os dias durante um mês. Mas como era isso, eu estagiei o ano inteiro em 2014. Então toda semana eu me comprometia em tá nas reuniões de sexta, que a gente sempre teve esse costume de fazer uma reunião semanal e aí tocava as coisas mais de casa e tal e quando dava tava lá.

**Pesquisadora:** Contando o tempo de casa e da reunião aqui, daria uma média de quanto?

**Patrícia Iglecio:** Ah, vamos dizer umas cinco horas por semana, nessa época. Às vezes mais, oscilava um pouco. Dependia de como tava na faculdade e tal. Aí, em 2015, a minha participação foi integral, porque como a gente teve essa remuneração desse projeto do Redes e Ruas, que foi um projeto que foi executado durante o ano de 2015 inteiro, e eu era a proponente, então eu tinha uma função bem essencial – não mais importante, mas talvez mais intensa do que outras pessoas –, eu saía do meu trabalho e eu vinha pra cá todos os dias. Era como se fosse um emprego mesmo, minha rotina era vir pra cá todos os dias, ou tá fazendo reportagem na rua. Então, vai, 30 horas semanais durante 2015. Foi um ano que eu estive aqui todos os dias. Esse ano até o meio do ano era assim também minha participação, e eu fazia uns *freelas* paralelos. Só que fui desacelerando um pouco essa rotina de tá aqui todo dia, porque foi uma coisa coletiva, deixou de ter gente aqui todo dia como tinha ano passado, esse ano não tem mais. Por conta disso, de não ter dinheiro e as pessoas precisarem fazer outros trabalhos. E aí no meio do ano eu entrei em outro estágio, que eu estou agora, uma outra redação, então eu não consigo tá aqui todo dia. Eu venho pra cá na hora que eu saio do trabalho, quando muito. Então voltou mais pra aquela coisa mais de 2014. De ser uma vez por semana, duas.

**Pesquisadora:** E juntando com o que você faz em casa, essa carga é menor, de umas cinco horas...

**Patrícia Iglecio:** É, de umas cinco horas. E depende um pouco também, porque, por exemplo, fechamento de revista, embora eu estivesse trabalhando, eu tava aqui todo dia. Saía do trabalho e vinha pra cá madrugar, sabe? Então é difícil mensurar um pouco, também. Porque tem todo o lance dos eventos que a gente faz na rua, também, que é uma carga horária grande cada um desses eventos. Mas eu diria umas cinco horas por semana em média.

**Pesquisadora:** Fora eventos específicos.

**Patrícia Iglecio:** É...

**Pesquisadora:** Bacana. Você poderia descrever como costuma ser a sua rotina de tarefas?

**Patrícia Iglecio:** Aqui? Especificamente?

**Pesquisadora:** Aqui. Não, na verdade, desculpa. De tarefas pro coletivo. Não necessariamente aqui na redação, mas as tarefas que você faz.

**Patrícia Iglecio:** Então. Como eu falei, né? Antes eu tinha uma participação muito maior no sentido de fazer reportagem. Então de ir

para a rua, entrevistar, fotografar ocupação, fazer entrevista, transcrever texto, publicar no site. E aí quando eu tava aqui ano passado eu fazia muito um trabalho de colocar no site todos os conteúdos que a gente recebia. Então corrigir texto, subir texto no site, responder e-mail, e também fazer os meus próprios textos. E além dessa rotina que eu tinha muito que agora eu não estou tendo mais por uma questão de tá sem tempo, tem essa parte que é a que eu to conseguindo tocar mais agora por conta da carga horária do outro trampo, que é de marcar reunião, escrever uma ata da reunião, postar no Facebook, criar evento, organizar os eventos. Então, por exemplo, a gente fez um evento agora no Grajaú e no CEU Butantã, do lançamento da revista, né? Daí no Grajaú, eu fiquei com a tarefa de convidar todos os coletivos que participaram. Então mandar mensagem, ligar para todo mundo, articular um debate, a gente convidou também uns grafiteiros que fizeram uma intervenção lá, então eu fiz muito esse trabalho de produção.

**Pesquisadora:** Mais operacional, digamos assim.

**Patrícia Iglecio:** É. E agora eu estou mais nisso, assim. Por não estar tendo tempo de fazer pautas, porque não sobra no meu dia.

**Pesquisadora:** Sobre isso que você falou de estar aqui e publicar os textos, ficar responsável por essa parte. Essa tarefa costuma ser centralizada em alguém ou é quem estiver aqui, depende de quem estiver aqui?

**Patrícia Iglecio:** Isso foi muito rotativo ao longo dos quatro anos da Vaidapé, porque como a gente nunca estabeleceu fixamente pessoas em uma redação, a gente tem essa coisa de ser um coletivo aberto e participativo, isso foi se dando meio organicamente. Então como ano passado a gente tinha um projeto que nos mantinha aqui, com verba, tinha pessoas que tinham mais delegados essa função, que são os jornalistas, né? Mais eu, o Ike [Henrique Gandolfo], o Xei [Thiago Gabriel Lopes], o Paulo [Motryn], mas assim como agora a gente não tá com esse núcleo organizado – em outros momentos a gente também já não esteve, não é a primeira vez que isso acontece –, aí rola de uma forma mais orgânica, sabe? De repente, se o João não tá aqui, ele vai e faz da casa dele mesmo, mas quando a gente tá mais organizado quem faz isso mais são os jornalistas, que lidam com texto já, né, na sua profissão natural.

**Pesquisadora:** Entendi

**Patrícia Iglecio:** Mas hoje a gente funciona mais no improviso.

**Pesquisadora:** Entendi. É mas depende da disponibilidade para estar aqui, não é uma conversa sobre "agora vai ser você".

**Patrícia Iglecio:** Não, depende mais da disponibilidade.

[interrupção]

**Pesquisadora:** Bom, a próxima pergunta na verdade você já respondeu antes, que é se você tem algum outro tipo de ocupação além do projeto, então você tem um estágio e a faculdade. Tem mais alguma outra atividade?

**Patrícia Iglecio:** Não, não daria tempo... (risos)

**Pesquisadora:** Ok. De forma geral, a partir da sua experiência nesses anos do coletivo, como que você avalia o modelo ou talvez a dinâmica, a forma como vocês se organizam, a forma de organização da Vaidapé?

[interrupção]

**Patrícia Iglecio:** Difícil essa. Acho que essa é a grande questão que a gente tá tentando responder, na verdade, né? É uma coisa que coletivamente isso vai se dando, e a gente vai construindo juntos, mas existe a vontade individual de cada um nisso, né? Eu acho, na minha avaliação, no tempo que eu estou aqui, que a melhor forma da gente se organizar é de fato quando a gente tem projetos que são sustentáveis e que nos mantenham aqui e que divida um pouco melhor a atividade de cada um, a função e tal. Mesmo que essas atividades se cruzem, porque cruza muito, né? Porque é coletivo, então tem isso, tem esse caráter. Mas, na minha visão, ao mesmo tempo em que a gente vai se construindo coletivamente e as coisas vão se dando meio que naturalmente na nossa convivência, eu acho que a gente consegue se organizar melhor quando a gente tem projetos específicos que organizem as funções das pessoas e as atividades que a gente vai exercer. Quando a gente fica sem isso, que nem no momento que a gente tá agora, eu acho que fica muito difícil entender, qual é a organização e o que vai ser feito, e aí tudo se dá um pouco no improviso, sabe? O que é legal, também, o improviso é legal... acho que surgem muitas coisas legais no improviso, ele é potente. Mas quando a gente tá mais organizado, a gente consegue fazer coisas fantásticas, sabe? Grandes reportagens, a gente consegue fazer uma puta revista, a gente consegue fazer um puta evento, um puta debate, porque aí as coisas ficam mais claras, então cada um já sabe melhor o que tem que fazer. Então, pra mim é isso, eu vejo que a gente precisa tá construindo projetos que estruturam essa organização.

**Pesquisadora:** Isso que você comentou do improviso. Me dá um exemplo de uma potência que você vê. Isso que você falou do improviso como uma potência, algo que você ache que no coletivo se deve a isso e que é bom.

**Patrícia Iglecio:** Então, acho que aquela reunião que você participou é um exemplo, porque é um improviso, né? Em alguma medida é a gente



tentando dar nome aos bois, a algo que tá um pouco difícil nesse momento de entender, porque tá sem essa estrutura financeira. Mas eu acho que em muitos momentos o improvisado, ele é muito legal por que... sei lá, uma coisa que é legal aqui, é que embora tenham muitas áreas de atuação, né? Tem gente que faz jornalismo, tem gente que faz multimeios, tem gente que faz audiovisual, tem gente que faz publicidade... e aí esse improvisado permite um intercâmbio maior entre esses conhecimentos. De repente, eu que não sei editar vídeo, por questão às vezes de precariedade da pessoa que edita melhor que eu não estar podendo, eu vou improvisar e eu vou acabar aprendendo, entende? E para além disso, num plano mais ideológico, também, porque eu acho que isso é o lado mais prático desse improvisado, como que ele pode ser positivo. Eu acho que é nesses momentos, em que você de repente faz uma coisa que não é tão natural para você fazer, mas é legal porque você está aprendendo, algo que você não aprenderia no mercado, em uma empresa convencional, porque a sua função tá muito bem delegada, né?

**Pesquisadora:** Essa seria uma vantagem de não ter uma divisão de funções tão estabelecida?

**Patrícia Iglecio:** É uma potência, é. Eu acho que sim. E aí, por outro lado também da questão ideológica, porque eu acho que o fato da gente não conseguir dizer tão bem, tão em linhas retas o que é a Vaidapé, porque é muito amplo, a gente tem várias funções. Claro, em linhas gerais dá para dizer: "é um coletivo de mídia" e tal, mas é diferente. Você pega uma mídia, sei lá, vai, o Periferia em Movimento, que é uma mídia que tem lá no Grajaú, é muito clara, é muito direcionada. É uma mídia feita por agentes comunicadores da periferia para a periferia com pautas sobre a periferia. E essas pautas são: violência policial, tal tal tal. É muito claro, sabe? Na Vaidapé, isso não é tão claro. Então por isso que a gente tem que improvisar. No plano ideológico, eu acho que isso é legal porque a gente consegue ter várias ideias e não ficar preso a uma só, um modelo fixo, uma pauta fixa, um funcionamento fixo. E tá tipo brincando aí com vários ideais e dá espaço também para as pessoas se colocarem politicamente com mais fôlego, e trazerem suas ideias. Então eu acho importante que as pessoas aqui tenham experiências fora, porque você traz, você soma, né? Se você fica só aqui, você não tem contato com uma outra coisa para poder acrescentar no projeto. Então esse improvisado é legal também, eu acho.

**Pesquisadora:** Você diria que esse é o principal diferencial do modelo, ou enfim, da dinâmica de vocês, para um modelo convencional de se fazer jornalismo? Ou você vê algum outro diferencial?

**Patrícia Iglecio:** Eu acho que esse é o grande diferencial, né? Acho que

tem outros para a questão estética, né? Acho que a gente tem uma coisa de brincar bastante com a questão visual, no nosso site, nas matérias, na forma que a gente escreve, na linguagem, de não ser uma linguagem tão formal. A gente tenta pelos menos, nos vídeos tentar sair daquele modelo mais quadrado, e isso eu também acho que é um diferencial na forma da gente fazer jornalismo. Mas, na questão do funcionamento, eu acho que, com certeza, esse improvisado e essa crença num coletivo mesmo – não é nem crença, é a construção de fato –, numa parada mais orgânica, mais horizontal, em que as áreas se misturem mais é um grande diferencial, assim. Na verdade, eu conheço, tive muito contato com muita mídia independente nesse tempo, tanto mídias maiores, tipo o Alternativas, que segue um modelo mais tradicional, embora né... sei lá, Carta Capital e tal... e, das menores, eu acho que a Vaidapé é muito diferente nesse sentido, eu não conheço nenhuma que tenha tanta gente, de áreas tão diferentes e tão abrangente, sabe? Então eu acho que, com certeza, esse é o nosso grande diferencial.

**Pesquisadora:** Entendi. E ainda pensando um pouco sobre essa comparação entre o modelo construído por vocês e o modelo convencional. Você vê alguma relação de vantagens e desvantagens? Você enxerga algum aspecto específico do modelo convencional que se fosse aplicado na organização da Vaidapé poderia ter um impacto positivo?

**Patrícia Iglecio:** Acho que assim, é muito legal mas é isso, é muito difícil também, ao mesmo tempo, manter, né? Tem que ter muita força, tem que se desdobrar, tem que varar noite, tem que, né... Não dá, quando você fala até das horas que eu passei aqui acho que eu não consigo nem mensurar nos últimos três anos porque talvez tenha sido 50% do meu tempo nos últimos três anos eu apliquei aqui, mas também tem o lado da convivência que é difícil de mensurar, né? Porque a gente tá junto em muitos ambientes, então essa parte também não é palpável, né? E isso é muito legal, mas, por outro lado, é sofrido às vezes, né? Porque embora eu ache importante e necessário que eu tenha experiência em outros lugares, e essencial até porque eu preciso ganhar dinheiro e aqui eu não ganho, às vezes é frustrante não poder fazer tudo o que eu gostaria de fazer aqui. Então no modelo convencional você tem um financiamento, aqui você não tem. Então, com certeza, se a gente tivesse um financiamento seria uma coisa boa, como outras mídias têm. Por outro lado, eu acho que o financiamento de outras mídias ele é uma desgraça, então ele corrompe.

**Pesquisadora:** E fora o financiamento especificamente? Estratégias, formas de divisão do trabalho, detalhes. Ou como pensar o

financiamento, não só o fato de ter um financiamento, mas como é feito esse financiamento.

**Patrícia Iglecio:** Com relação às outras mídias a comparação? **É.**

**Pesquisadora:** Então, eu acho que a ideia é transformar esse modelo de mídia convencional num modelo obsoleto, né? Porque é fazer um outro, é deixar aquele para que esse possa existir. Só que esse existir, em termos de ideologia e de financiamento não tem como ser igual o do outro. Porque não vai ser igual o outro. Então por um lado é uma negação daquilo para que algo novo exista, só que é mais difícil, porque não tem uma resposta. Então num modelo convencional você já tem a convenção, né, o acordo e tal. Aqui não, por isso é difícil, né? Mas é, não sei, acho que é a micropolítica, é tentar pensar numa coisa menor, menos megalomaniaca do que o financiamento da grande mídia, e que não corrompa a ideia, a política, a ideologia que se tem. Então eu acho que do modelo convencional eu não agregaria nada. Até porque eu já tive e tenho experiência com outras redações e eu acho que a Vaidapé não tem nada a ver com isso, e se viesse a ter talvez corromperia. Acho que mais a chave da questão é descobrir um jeito que seja possível de financiar os projetos aqui que não acabe com essa essência, né?

**Pesquisadora:** Entendi.

**Pesquisadora:** Bom, passando agora para falar especificamente da Vaidamina. Queria que você contasse um pouquinho como foi que surgiu a proposta e como você organizou, o que te motivou e como você articulou isso.

**Patrícia Iglecio:** Então, desde que eu entrei na Vaidapé tinham muito mais homens, muito mais os caras do que mulheres. E aí ao longo do tempo isso foi ficando cada vez mais gritante. Antes a gente tinha outras colaboradoras, que foram saindo... E aí nisso, em 2015, restou que só eu e a Jay [Janaína Viegas], que ficamos aqui (acho que você chegou a conhecer). Só tinha eu e ela. Mesmo. Era eu e ela e um monte de todos esses caras que você viu aí. Então, isso começou a ficar muito angustiante, né? Pra vida do coletivo, não só pra mim. E aí eu ficava quebrando a cabeça, pensando, tentando. Trazia de vez em quando uma amiga ou outra para vir aqui, tentando arejar o ambiente. E aí a gente discutia muito com eles, falava que também eles tinham que ter uma mudança de postura, para que as mulheres conseguissem sobreviver. Porque era também um ambiente político. Então, um ambiente político cheio de homem é um ambiente, às vezes, agressivo, um ambiente que os caras falam alto e tal. E aí assusta, afasta, né? E aí, nisso, para mim foi sendo muito difícil, mas, ao mesmo tempo, eu fui me colocando. Eu

aguentava muita coisa, mas chegou um ponto que tava insalubre mesmo, a situação de estar muito mais homem para duas minas – e a Jay não vivia no cotidiano daqui, então muitas vezes era eu sozinha. E eu ficava desesperada pensando como que dá para mudar isso, né? Porque só ficar discutindo com eles e falando: "ah, vocês são machistas", isso não ia resolver. E no início do ano eu, conversando com a Jay, tive a ideia de fazer um projeto de publicação e produção aqui dentro da Vaidapé que fosse por mulheres, porque aí eu achei que era uma forma mais direcionada de trazer e tal, porque antes as minhas tentativas estavam muito falhas. Trazia uma mina aqui, ela vinha, "cê é louca" e saía. Aí conversando com as meninas – porque as meninas do Vaidamina, a maior parte que eu convidei, a princípio eram todas minhas amigas já, e já conheciam o projeto por amigos, por mim e por tá acompanhando também de longe. Aí eu falei: "meu, vamos fazer uma reunião, criar uma frente de produção na Vaidapé que tenha um caráter mais de movimento de mulheres", sei lá, enfim. Aí num papo dum bar eu falei: "meu, Vaidamina" e aí elas ‘Vaidamina!’” e aí, sei lá, marquei a reunião. Num primeiro momento, foi muito uma coisa de contar como que era esse espaço, o que a gente já tinha feito, quais que eram os problemas que eu via, de não ter mulher e tal. E tentar abrir a porta. Aí nisso, nessa primeira, leva eu chamei bastante menina, dessas ficaram umas quatro, sabe? E aí a gente foi fazendo algumas coisas, foi fazendo reuniões entre nós. Aos poucos elas foram começando a participar das reuniões gerais, eu ia chamando pras reuniões gerais. Fui falando com os meninos e reforçando que eles também tinham que fazer esse processo de incluir, de não ser uma coisa paralela, ser uma coisa integrada. Que tivesse um espaço paralelo, mas que também se integrasse e se interagisse com o todo. Aí fizemos algumas coisas que foram bem legais, criamos uma sessão na revista, agora nessa última criamos a sessão Vaidamina, uma sessão nova, né? Todas as outras já são bem antigas. Fizemos algumas matérias só nós, sobre questão de gênero, fizemos algumas discussões com texto sobre questão de gênero. E aí as meninas foram se integrando mais. E aí agora, nos últimos tempos, tem sido difícil tocar essa reunião semanal do Vaidamina, para mim principalmente também por conta de eu estar me formando, fazendo meu TCC, trampando e não tava sobrando muito tempo. Mas a ideia é dar continuidade, acho que já foi super positivo o resultado e foi isso, agora eu olho e tá a Clara e a Paula aí, ano passado elas não estariam, eu estaria aqui com você e só eles.

**Pesquisadora:** De modo geral, fora esse momento do TCC, vocês têm uma dinâmica própria de reuniões semanais e aí vocês discutem pautas entre vocês, como que é a relação com o grupo maior?

**Patrícia Iglecio:** Foi isso, assim, a gente tava com uma dinâmica bastante de fazer essas reuniões nossas, mas aí com o tempo as meninas entraram mais pro coletivo como um todo e essas reuniões da Vaidamina se dissiparam um pouquinho. A gente não tem mais nos últimos meses conseguido fazer. No início, a gente fazia mais e elas acabavam não participando tanto da vida do coletivo como um todo, agora elas já estão bem mais integradas.

**Pesquisadora:** Hoje elas participam das duas coisas, por exemplo, não dá para dizer que elas participem só do Vaidamina. **Patrícia Iglecio:** Não, hoje as meninas tão aí...

**Pesquisadora:** Entendi. E isso foi no início desse ano, início de 2016?

**Patrícia Iglecio:** É, no início desse ano que teve a ideia.

**Pesquisadora:** Tem alguma diferença que você note entre a organização de vocês, de tarefas, nesse núcleo, digamos assim, e no coletivo em geral?

**Patrícia Iglecio:** Não, acho que não. Acho que cada uma delas foi entrando no coletivo e participando da forma que tinha a ver. De repente, a Clarinha mais com a produção de eventos, de camiseta, a Paula é do audiovisual. Cada uma foi se encontrando meio que autonomamente, assim. Eu acho que eu abri uma porta. E quando eu abri eu falei pra elas "eu abri uma porta, mas eu disse que a casa tava uma bagunça, então..."

**Pesquisadora:** Sim, mas digo em relação a, por exemplo, vocês têm as reuniões semanais, o jeito como vocês decidem as coisas, como vocês discutem, tem alguma diferença pro coletivo como um todo? Por exemplo, vocês dentro do Vaidamina trabalham com funções estabelecidas entre vocês, divididas, ou...

**Patrícia Iglecio:** Não, acho que o Vaidamina incorporou bastante o espírito da Vaidapé, das coisas serem colaborativas. Acho que a gente foi pensando nessa mesma lógica, de discutir, conversar quais eram as pautas que nos interessavam e quem tava podendo e querendo ia pra rua fazer, né? Foi mais assim, e daí disso para o coletivo acho que seguiu bastante a lógica.

**Pesquisadora:** Entendi. E só para a gente fechar, Pati, eu tenho algumas perguntas específicas sobre o Copa, também, para quem participou do projeto. Você topa responder também?

**Patrícia Iglecio:** Claro, claro.

**Pesquisadora:** Você chegou a participar da concepção do projeto em si?

**Patrícia Iglecio:** Então, não. Talvez para falar do Copa... É que assim, o Copa foi um momento decisivo porque eu participava, mas não tanto. Aí

no Copa que eu comecei a participar assim numa coisa de tá todo dia, no projeto.

**Pesquisadora:** Sim, você participou mais como colaboradora, então.

**Patrícia Iglecio:** Não, então, não. Foi o momento que eu entrei mais de cabeça no projeto. Eu participei o tempo todo, todos os dias. Aí quem tava era eu, a Jay, o Ick [Henrique Gandolfo], o Vini [Vinícius Pereira], o Sujão [João Miranda], o Paulo [Motoryn], aí tinha duas meninas, a Carol Piá e a Isa, que já não participam mais da Vaidapé hoje, que na época participavam. E tinha também o Vitão [Victor Santos] (ele tava aí agora), ele participou também. Eu acho que não esqueci ninguém...

**Pesquisadora:** Tá, tudo bem, depois isso eu vou conferir. Você lembra quais outros coletivos se envolveram além da Vaidapé?

**Patrícia Iglecio:** Então, é que, meu, faz um tempo, mas assim de cabeça eu lembro... teve vários, teve TV Drone, teve TV Hacker, teve... o Mídia Ninja acho que participou também. Meu, a gente tem um texto sobre o Copa que talvez eu olhando... É que tem dois anos, eu não lembro direito de cabeça.

**Pesquisadora:** Sem problemas, esse é o tipo de informação que eu posso conferir depois.

**Patrícia Iglecio:** Eu vejo para você e eu te passo. Agora de cabeça acho que eu não vou conseguir lembrar porque era tanta gente. Eu lembro mais dos entrevistados. A gente entrevistou o Juca Kfourri, a gente entrevistou o Guilherme Boulos, a gente entrevistou o Pablo Ortellado, a gente entrevistou ativistas sobre feminismo, ativista do PSOL sobre a questão indígena, nossa, entrevistamos muita gente mesmo.

**[00:34:02.27] Pesquisadora:** E você chegou a participar da articulação para viabilizar o projeto e o uso do espaço?

**[00:34:09.22] Patrícia Iglecio:** Não, eu participava da Vaidapé, mas de uma forma mais do jornalismo nessa época. Então é isso, eu tomei esse lado que foi o que te falei... Inclusive acho que começou no Copa. Porque daí no Copa, como tudo na Vaidapé, as coisas foram se dando orgânicas. Como eu já tava participando das reuniões e acompanhando o jornalismo, eu pirei muito no projeto. E aí eu falei: “meu, eu quero” e comecei a participar todo dia e fazer toda a parte de jornalismo. Então eu ia cobrir muita manifestação na rua, eu cobri muito nessa época. Mas aí a minha atuação era bem de produção de conteúdo, praticamente todo dia eu produzia alguma coisa.

**Pesquisadora:** Então você tinha essa rotina de uma produção diária.

**Patrícia Iglecio:** Diária, era.

**Pesquisadora:** Fazendo as pautas do projeto.

**Patrícia Iglecio:** É, eu fiz muita pauta nessa época, assim. Escrevi bastante texto, fui em bastante manifestação, cobri as manifestações que estavam tendo contra a Copa. Participei de todas as entrevistas coletivas que a gente fez lá e tal. Ficava a madrugada escrevendo texto, tomando cachaça... e aí foi que eu comecei a ter essa rotina mais de participar da Vaidapé diariamente. Antes eu tinha uma colaboração de jornalismo mesmo, não de idealização do projeto, sabe? Mas eu pirei muito nesse e aí foi, eu fui com tudo.

**Pesquisadora:** Entendi. Em relação à estrutura que vocês tinham lá. Pelo que vocês lembram como que funcionava a organização interna do espaço, tinha parceria com os outros coletivos para produção do conteúdo, como que era essa convivência?

**Patrícia Iglecio:** Então era mais organizado, mas ao mesmo tempo seguia essa lógica da Vaidapé que em tudo segue, de improviso, de colaboração, de uma dinâmica coletiva. Então assim, a gente tinha uma rotina, durante esse período do Copa, todas as pessoas que eu te falei estavam lá todos os dias, basicamente. Algumas com menor intensidade, algumas não estavam todo dia. Mas assim, eu, o Iki, o Xei [Thiago Gabriel Lopes], o Vini [Vinícius Pereira], o Sujão, o Paulo, a Jay, éramos pessoas que estavam lá todo dia. Os outros coletivos, eles tinham uma relação mais orgânica, mais flutuante, sabe? Não estavam lá todo dia. Iam de acordo com a possibilidade, e com as atividades que a gente tava fazendo. Então, quando tinha as entrevistas coletivas, daí eles iam, mas eles não estavam lá necessariamente todo dia. Mas a gente tava todo dia. A organização do espaço era mais assim, era mais nossa. Tanto que a casa foi concedida pela Li An, que financiou o projeto, que ela era articulada com o Vini, ela tinha o contato com o Vini. E era uma coisa meio doida assim, na verdade, era bem orgânico. As pessoas que estavam a fim meio que se jogaram de cabeça.

**Pesquisadora:** Sim. E de forma geral como que você avalia a experiência?

**Patrícia Iglecio:** Eu acho que foi muito legal. Para mim, pessoalmente... Para o coletivo, acho que foi muito louco, porque a gente produziu muito conteúdo, a gente fez muita entrevista, a gente viveu, assim, acho que foi o momento que a gente mais viveu juntos, de tá muito junto todo mundo. Produzindo sem parar, a gente não parava de produzir. E para mim pessoalmente foi o momento que eu abracei a causa, sabe? Antes eu era um pouco mais distante emocionalmente.

**Pesquisadora:** Do projeto?

**Patrícia Iglecio:** É. E aí, nesse momento, eu fiquei muito amiga também do pessoal porque convivia muito, a gente ficou muito amigo,

ficava bebendo muito também todo dia depois, a gente ficava lá. Foi uma convivência muito intensa mesmo, foi profundo.

**Pesquisadora:** E na sua avaliação, quais que foram as principais vantagens e desvantagens disso de você estar usando uma estrutura compartilhada com outros grupos além da Vaidapé?

**Patrícia Iglecio:** Eu acho que é maravilhoso. Acho que se a gente pudesse fazer isso até hoje seria incrível, é porque isso depende de dinheiro, de espaço físico, de uma estrutura que a gente não tem. Mas enquanto ideal, eu acho maravilhoso, sabe? Acho que se a gente pudesse... Porque hoje é isso, a gente tá aqui, mais uma vez, improviso, inclusive essa palavra agora que eu criei ela pra Vaidapé, acho que é uma boa palavra, falando com você, que eu nunca tinha pensado antes. Mas essa casa é outro improviso, né? Porque é a casa do Sujão [João Miranda], ele mora aqui, o pai dele... Não é a casa da Vaidapé, exatamente, né? E lá a gente tinha um espaço que era mais nosso. E aí esse espaço, quando ele é mais nosso – porque a gente já teve outra casinha também antes de vir para cá, que não no Copa – ele é mais potente, né? Porque aí a gente tem mais a autonomia do projeto, e aí permite essa abertura maior para trazer outros coletivos. Na outra casinha, a gente também tinha um pouco mais essa convivência do que a gente tem aqui pela limitação também de ser a casa de alguém, não ser exatamente a casa da Vaidapé, do projeto.

**Pesquisadora:** Sim. Ainda em relação à organização e à estrutura nesse projeto, tem algo, algum aspecto que você acha que não funcionou bem, que no caso de...

**Patrícia Iglecio:** Do Copa?

**Pesquisadora:** É. Que no caso, por exemplo, de se repetir essa experiência deveria ser mudado, na sua opinião. Do Copa.

**Patrícia Iglecio:** Cara, eu acho que a idealização do projeto foi muito legal, foi muito incrível mesmo. Assim, hoje vendo com perspectiva, acho que foi muito produtivo, eu não mudaria nada. Eu mudaria talvez a concepção de algumas coisas que a gente não tinha maturidade que a gente tem maior hoje, então de questão racial, debate de gênero, e tal.

**Pesquisadora:** Em relação às pautas, no caso.

**Patrícia Iglecio:** Na pauta e não só, na participação, o tipo de gente que a gente convidou para participar lá. Acho que hoje a gente teria uma maturidade um pouco mais legal em relação a isso. Mas a ideia do projeto acho que foi muito legal para a Vaidapé, acho que não teve... foi muito potente mesmo.

**Pesquisadora:** Sim. E aí agora voltando um pouco para a Vaidapé no geral. Depois desse momento vocês continuaram nesse... em um espaço



– que é um outro espaço, né? mas também mediado pela mesma pessoa. Pensando um pouco nas sedes da Vaidapé, você tiveram a casinha do Butantã e depois o Copa e depois esse segundo espaço. Como que foi essa transição para esse segundo espaço, e desse segundo espaço pra cá, pra casa do João?

**Patrícia Iglecio:** Não, ainda teve a casinha do Butantã de novo antes da casa do João, né? Então, foi assim, no Copa era aquilo, era uma efervescência, era um projeto que tava acontecendo muita coisa o tempo todo, toda semana, a gente tava se vendo muito, produzindo muito. Daí de lá para o outro espaço, para a casa da Li An foi um pouco frustrante, porque na verdade a relação com ela era um pouco confusa, a intenção dela com o projeto, enfim, a postura... Tipo, ela financiou o Copa que foi muito legal, mas depois não teve muito uma continuidade no papo e aí a gente ficou...

**Pesquisadora:** Desculpa, quando você diz que ela financiou, foi o espaço, dela ter cedido o espaço...

**Patrícia Iglecio:** Não, não. Ela deu uma verba pra gente, a gente...

[**Pesquisadora:** Para financiar o trabalho em si.

**Patrícia Iglecio:** É, como se fosse um patrocínio, né?

**Pesquisadora:** Entendi.

**Patrícia Iglecio:** E depois a gente foi meio pros fundos de uma outra casa dela, porque ela tem muitas casas, e ela financia vários projetos de interesse dela. Só que aí começou a ficar uma coisa um pouco desconexa, porque o papo não foi muito pra frente e não fazia mais muito sentido a gente tá no fundo da casa dela, nem pra ela, nem pra gente, sabe? Era uma coisa um pouco sem sentido. Foi bom porque ela emprestou um espaço que a gente não tinha, mas não tinha muito sentido. Aí de lá a gente, graças a Deus, tinha ganhado o Redes e Ruas e foi pro Butantã, de novo, pra primeira casa da Vaidapé. Que a casinha de uma mãe de um amigo nosso, que ela alugava por um preço muito camarada, um quarto. Só que a gente, na prática, usava a casa inteira. Aí a gente voltou pra lá e aí foi legal de novo, sabe? Foi um espaço, de novo, de explosão.

**Pesquisadora:** E quando vocês voltam com o edital vocês voltam pagando aluguel para ela...

**Patrícia Iglecio:** Pagando aluguel pra ela.

**Pesquisadora:** O edital possibilita isso.

**Patrícia Iglecio:** É porque miou o papo com a Li An, não tinha sentido ficar naquela casa e acabou, sabe?

**Pesquisadora:** E nas casas com a Li An, no caso do Copa e na segunda casa, o espaço foi cedido para vocês, tinha alguma contrapartida pelo

uso do espaço, alguma taxa simbólica...

**Patrícia Iglecio:** Não, não. Não, no caso do Copa, ela financiou um projeto de fato. Ela patrocinou um projeto que a gente escreveu e ela gostou e ela bancou.

**Pesquisadora:** Executaram lá, sim.

**Patrícia Iglecio:** Executamos lá. Quando o projeto acabou, ela emprestou uma outra casa dela para a gente ficar e ver se esse tipo de patrocínio, ou se alguma coisa poderia ir pra frente, mas não rolou, entendeu?

**Pesquisadora:** Entendi.

**Patrícia Iglecio:** Então, tivemos que sair de lá, mas ela emprestou o lugar mesmo por um tempo, até o fim do ano de 2014. No início de 2015, a gente tava com a verba do edital Redes e Ruas e alugamos esse quarto, de novo, voltamos às origens, que era a casinha do Butantã. O que aconteceu: a gente tinha muito pouco dinheiro e era uma casa muito grande – e a dona da casa era amiga, né? – ela ia pôr a casa para alugar e era um valor que a gente não tinha, era três mil reais, a gente pagava 700 [reais]. E aí a gente veio pra cá provisoriamente pra ver o que a gente ia fazer, e aí nunca mais saímos. Isso foi em abril de 2015, que a gente veio pra cá e a gente tá aqui até então. Mas os três meses que a gente teve lá nessa casa do Butantã foi muito louco, fizemos muita coisa também, mas não tinha dinheiro pra ficar lá.

**Pesquisadora:** Bom, do roteiro que eu tinha era isso, não sei se tem algum aspecto que você queira acrescentar, algo que de repente eu não mencionei e que você ache importante falar, ou destacar.

**Patrícia Iglecio:** Não, acho que é isso, acho que foi legal, né? Deu pra explicar. Depois se você quiser eu vejo melhor, a gente tem escrito uns documentos sobre o Copa que dá para explicar melhor o projeto, porque assim de cabeça eu não lembro, que era muita coisa.

**Janaína Viegas Siqueira, 24 anos, graduanda em Multimeios (PUC).**  
*Entrevista concedida em 30/11/2016, no campus da PUC, em São Paulo.*

**Pesquisadora:** Você teve outras experiências com jornalismo antes de participar da Vaidapé?

**Janaína Viegas:** Com o jornalismo assim...

**Pesquisadora:** Ou algum contato mais intenso?

**Janaína Viegas:** Pô, com jornalismo... sei lá, sempre gostei, tipo, fiz as eletivas da escola de jornalismo, mas mais direto assim acho que foi na Vaidapé que eu comecei a conhecer e me envolver com outras coisas também.

**Pesquisadora:** O que te motivou a participar da concepção da Vaidapé ao longo desse tempo?

**Janaína Viegas:** Acho que foi a ideia toda de coletivo né. Quando eu entrei na faculdade, comecei a me interessar muito por isso e tava rolando uns movimentos. Eu entrei na mesma época que eu me mudei pro centro ali, Barra Funda, e tava acontecendo umas ocupações ali de algumas áreas, tipo o Minhocão, o primeiro Festival Baixo Centro, essas coisas assim. E eu comecei a ver as coisas acontecendo mais, comecei a querer me envolver, e procurar os lugares que estavam rolando essas coisas e a Vaidapé meio me atraiu por essa noção de coletivo, por se uma galera que tava se juntando pra tentar produzir alguma coisa. Foi por aí que eu acabei me juntando.

**Pesquisadora:** E como que você se aproximou do projeto, das pessoas que faziam?

**Janaína Viegas:** Ah, foi essa história. Tipo, eu tava nas aulas de design, nas primeiras aulas aqui da faculdade, e eu já fazia design porque eu curtia, sempre gostei de mexer com computador, [Adobe] Photoshop, essas coisas assim, fazer site. E aí, comecei a me envolver nisso, fazer uns trabalhos, e o João [Miranda] tava tendo essas ideias com o Pedrinho (que hoje em dia não tá mais tão presente). Tava começando a rolar essas ideias e aí ele, sei lá, viu uns tramos meus, a gente começou a conversar, tanto de convívio assim, e me chamou pra fazer o logo da revista, começar a pensar no projeto gráfico de uma revista. E eu falei: "legal, vamo aí"...

**Pesquisadora:** Desde então, você em algum momento participou mais dessa parte de articular a equipe? Você em algum momento atuou nisso de alguma forma, de trazer novas pessoas? Como foi isso?

**Janaína Viegas:** Acho que sim. Acho que todo mundo meio que trouxe alguém sabe. Uma pessoa que é amiga minha de colégio, que é o Vini

[Vinícius Pereira] (que tava lá na reunião, ele faz o site, essa parte assim), acabei, sei lá, acho que aproximando ele. Muitas pessoas dessa rede né, que você vai trocando ideia, fala, a pessoa cola, faz um trabalho. E também em muitas das reuniões, de pensar como trazer gente, nesse sentido, eu participei assim. Todo mundo meio que trouxe alguém, eu acho, não sei.

**Pesquisadora:** Sobre as fontes de recursos que entraram no projeto ao longo desse tempo. Gostaria que você me contasse um pouco quais foram elas, ou, enfim, de quais você lembra ou você participou de alguma forma no processo – por exemplo, de edital – de viabilizar isso.

**Janaína Viegas:** Acho que eu participei de todos os editais que foram até hoje. Que foram o primeiro Redes e Ruas, o segundo, o PROAC também – quais teve mais? Das outras fontes foi tipo festa, já vendi cerveja [trecho incompreensível]. De diagramar coisa pra apresentar em reunião, não sei. Nessa parte de financiamento, mais por aí, não sei. Mas não sou a pessoa que fica caçando contato, tipo, me envolvo mais nessa parte da arte mesmo. Acho que tem uma galera que fica mais com esse lado marketing assim, o Deco [André Napchan].

**Pesquisadora:** Entendi. Só de forma indireta então?

**Janaína Viegas:** É mais indireto, mais na concepção do projetos, tal. Mas diretamente assim, sentar e elaborar, eu sempre sentei, tive lá, né. Tu participou das reuniões, não tem essa divisão de reunião de marketing, reunião de... a gente já tentou fazer, tamo tentando fazer isso, mas acaba rolando de estar ali sempre e depois ser *brifada* pra fazer a parte de design da coisa.

**Pesquisadora:** Em algum momento, em alguma dessas participações, as tarefas que você desenvolveu, elas foram remuneradas por esse financiamento. Por exemplo, no caso dos editais, você fez parte da equipe que foi remunerada?

**Janaína Viegas:** Fiz. No Redes e Ruas eu fiz, que foi o projeto que a gente fez lá no Grajaú, aí eu fiquei responsável por essa parte de design também [trecho incompreensível] da verba com outro menino que ajudou também, que é o Fernando, do design da USP. Por aí, assim. E o que acontece muito é essa coisa do indireto assim, por estar na Vaidapé, conhecer alguém que tem um projeto que precisa de designer. Tipo, esses tramos acabam aparecendo por você mostrar seu trampo e aí acaba rolando.

**Pesquisadora:** Entendi. Acaba sendo um canal pra outros trabalhos remunerados?

**Janaína Viegas:** É, acaba sendo um canal. É mais por aí assim, é mais a visibilidade que acaba... de grana que a Vaidapé de fato me trouxe foi

muito pouco. Mas o que eu consegui de contatos, de rede, enfim, coisas que vão acontecendo, é mais por aí.

**Pesquisadora:** Você frequentou todas as sedes que o projeto teve desde o início? Participou do processo de articulação pra conseguir elas também?

**Janaína Viegas:** Sim. Acho que de certa forma... por isso que eu falei que a minha posição no coletivo é meio louca, porque eu tô lá sempre, em todas as reuniões – pelo menos, a reunião semanal eu costumo tá – mas eu sou dessa parte da arte, então acabam sendo mais coisas pontuais sabe. Quando a gente, quando eles pensam nessa articulação de ter talvez um núcleo – essa coisa que a gente tava discutindo – remunerado que vai receber essa grana e tal, eu sempre me coloco como alguém que gostaria de estar mais nessa noção de colaborador, receber por job, por trampo, porque acho que é mais por aí assim. Mas dessa coisa das casas, tipo, da articulação, de alguma forma até acho que sim, porque eu tava lá, opinei.

**Pesquisadora:** Participou do processo também.

**Janaína Viegas:** Participei do processo.

**Pesquisadora:** Ao longo desse tempo, com que frequência a equipe costumava, costuma, se reunir? Do que você se lembra da sua trajetória no coletivo.

**Janaína Viegas:** Acho que teve momentos que a gente já se reuniu mais quando a gente tava mais novo, tinha mais tempo. E tinha a casinha lá do Butantã, principalmente, foi uma época que [a gente] se encontrava muito assim, todo dia, na época da revista [número] quatro. Praticamente todo dia saía da aula e ia pra lá e era meio que [quando] a galera mais se encontrava. Acho que uma vez por semana assim é meio que a frequência que eu tô lá e participo.

**Pesquisadora:** Além desses encontros, costuma de um dia específico de encontro pra planejamento de conteúdo ou especificamente da parte de arte, que você faz?

**Janaína Viegas:** Da parte de arte, não tanto. Porque sou eu, o Vini e o Fê. Na real, costuma ser mais eu, ultimamente o Ique [Henrique Gandolfo] tá pegando umas funções dessas também. Então é mais tipo... existem, né. Não sei se tá rolando, faz tempo que não rola as reuniões de pauta, que era segunda-feira e sexta-feira reunião geral. Mas acho que isso rolou algumas vezes assim, porque a disponibilidade da galera acaba sendo muito louca, cada um tem o seu horário.

[interrupção]

**Pesquisadora:** No caso, essas reuniões de pauta que você comentou, o design participava também?

**Janáina Viegas:** Participava quando alguém colava, quando eu podia tá lá, quando o Vini tava lá. A gente sempre tenta fazer essa ideia de "ah, vamos botar o jornalista pra trabalhar junto com o designer", pra conseguir elaborar a pauta de um jeito legal, na revista, isso acaba acontecendo mais do que no dia a dia assim do site. Mas a gente sempre senta junto assim, quando é um projeto um pouco maior. Mesmo que um infográfico, alguma coisa que dá pra adicionar ali na arte.

**Pesquisadora:** Fora esses momentos, quando rolava, como que é o seu contato com a parte de produção de conteúdo. Por exemplo, quando o pessoal precisa de alguma coisa, como que vocês se comunicam geralmente?

**Janáina Viegas:** Ah, é Telegram e... e-mail, todos os e-mails possíveis [trecho incompreensível].

**Pesquisadora:** Tem algum grupo específico da parte do design pra comunicar entre quem faz?

**Janáina Viegas:** Ah, se eu botar ali no Facebook tem uns 15, mas tipo, a gente não usa assim, acaba sendo mais o dia a dia. Só que tem a parte do Lúdico, né – tem o design e o Lúdico, que essa área que o [Pedro] Mirilli tá tocando junto com o Pedro, que sempre foi uma incógnita na Vaidapé e eles tão começando a tentar dar uma forma assim. E eles também tentaram articular reuniões semanais, mas não sei como é que tá rolando isso também.

**Pesquisadora:** Poderia dizer que é tudo um mesmo núcleo, pensando naquela organização que vocês tentaram durante um tempo. Vocês e o Lúdico tinham alguma aproximação ou não?

**Janáina Viegas:** Aproximação sim, porque a gente tá trabalhando com imagem né, acaba selecionando os poemas e tal, mas o Lúdico sempre foi uma... meio o que o nome diz assim, não sei, uma área meio incógnita. Muitas pessoas já passaram por ele e tentaram dar uma forma e agora tá rolando mais na mão do Pedro. E é isso assim. Mas não sei se é o mesmo núcleo, acho que se colocar design, na divisão da revista, é design e Lúdico, é separado. Acho que no expediente tá assim pelo menos, diagramação e Lúdico.

**Pesquisadora:** Com que frequência vocês costumam trabalhar nessa parte do design, especificamente? É mais quando tem a revista impressa, fora isso, pro site você faz outras coisas também...

**Janáina Viegas:** É meio demanda do dia a dia assim. Tipo, se tem que fazer um infográfico, se tem que fazer flyer pra um evento. Aí, na época da revista é mais intenso assim. Tem que ter mais reunião junto com jornalista. Essa revista especificamente, quem acabou fazendo foi o Fê, a maior parte assim.

**Pesquisadora:** Quem?

**Janaína Viegas:** O Fernando. Que ele trabalhou com a gente na quarta [edição] ele é amigo meu de colégio, é amigo do Vinícius também. Fez o projeto da quarta e a quinta, a sexta agora, ele quis pegar e fazer. E foi esse processo com ele que foi meio complicado até, de comunicação, porque ele não conseguiu vir muito e essas paradas assim.

**Pesquisadora:** Mas ele já colaborava antes com o coletivo?

**Janaína Viegas:** Já, já colaborava antes. Desde a terceira assim, sempre se aproximou, sempre orbitou.

**Pesquisadora:** Passando agora a algumas perguntas mais direcionadas pra sua participação individualmente. Você já comentou um pouco isso nas respostas anteriores, mas eu queria perguntar se você se identifica com alguma função específica dentro do coletivo.

**Janaína Viegas:** Ah, designer. Mas eu tô, na minha vida assim, pra além da Vaidapé, meio de saco cheio de fazer isso. Então, lá na real eu acabo explorando várias coisas. Então, já escrevi texto, já publiquei crônica, poema e ultimamente tô trabalhando bastante com vídeo. Fiz uma série em vídeo no ano passado de TCC e lancei por lá e foi massa assim. Tô tentando ir mais pra essa área de audiovisual.

**Pesquisadora:** Parte de apuração jornalística você já se envolveu em algum momento?

**Janaína Viegas:** Menos, assim. Gosto muito, acho massa, mas eu sou mais a pessoa que você *brifa* e eu faço [trecho incompreensível].

**Pesquisadora:** Atualmente, quantas horas, em média, você se dedica a atividades do coletivo?

**Janaína Viegas:** Por dia? Por semana?

**Pesquisadora:** Por semana (ou por dia, enfim, aí a gente faz a conta da semana).

**Janaína Viegas:** Pô , é difícil de estimar, depende muito do que tá rolando. Tipo, em época de revista pode ser muitas [risos]. Mas, em média, eu diria umas cinco, seis horas. Mais a hora de reunião, umas dez.

**Pesquisadora:** E no período de revista isso aumenta...

**Janaína Viegas:** Acaba sendo mais. Porque daí tem que ir mais lá, tem que virar madrugada, contato gráfico, essas coisas todas.

**Pesquisadora:** Poderia se dizer que dobra? Só pra eu ter uma noção de quanto varia.

**Janaína Viegas:** Ah, dobra, dependendo. Semana de fechamento é todo dia, acaba sendo meio loucura.

**Pesquisadora:** Você poderia descrever mais ou menos a rotina de atividades do que você costuma fazer pro coletivo? Mesmo que não haja

uma rotina no sentido de você repetir sempre, mas, enfim, o que você costuma fazer. Pode dar o exemplo das últimas coisas que você fez, por exemplo.

**Janaina Viegas:** Acho que... o processo assim, de chegar um trabalho até mim e eu realizar ele?

**Pesquisadora:** Exato.

**Janaina Viegas:** Geralmente, começa numa reunião de pauta ou uma reunião de alguma coisa assim. Deixa eu pensar... o último trabalho que eu fiz foi com a Pati [Patrícia Iglécio], no Bororé – que foi pro TCC dela, mas também vai sair na Vaidapé (não sei se isso conta).

**Pesquisadora:** Conta sim.

**Janaina Viegas:** É um trabalho que ela tava fazendo, daí precisava de imagem de cobertura, tipo, rolou essa discussão toda, falei: "ah, vou com você". Daí fui com ela, filmei e ajudei a editar as coisas assim. Então, acaba sendo uma coisa meio: tem uma reunião, aí sai uma demanda, aí me mandam essa demanda, eu faço em alguns dias, me cobram essa demanda e aí eu mando.

**Pesquisadora:** Além do vínculo com a Vaidapé, que outras ocupações você tem hoje – tipo estudo (que você já comentou, a faculdade), mas emprego, trabalhos esporádicos?

**Janaina Viegas:** É, eu fico, tipo, terminando a faculdade, Vaidapé e *freelancer*. Eu trabalhei já em alguns lugares, mas ultimamente eu tô mais *freelancer*, fazendo design, principalmente, e sobre mídia social, essas coisas assim. E me envolvendo mais com vídeo, também, fazendo esses trabalhos de fazer imagem de cobertura. Tentando... sou meio... sei lá, qualquer coisa, fotografia também já fiz coisas. E de outros coletivos, eu participo do Negra Sou – que é aqui da PUC, é um coletivo de negras e negros –, tenho um trabalho com os meninos do Max Noise, que é um coletivo também, de festas. E, é... duas bandas [risos], essas coisas.

**Pesquisadora:** Em algum momento nessa trajetória na Vaidapé você conciliou Vaidapé, faculdade e trabalho ou estágio?

**Janaina Viegas:** Sim. Nos primeiros dois anos, eu peguei um estágio numa ONG. Aí trabalhava umas quatro horas lá e estudava aqui e ia pra Vaidapé quando dava, de noite geralmente.

**Pesquisadora:** A partir desse seu tempo de experiência no coletivo, de forma geral, como que você avalia o modelo de organização que foi, enfim, está sendo construído por vocês?

**Janaina Viegas:** [risos] Muito louco. Muito coletivo, acho que a parte que eu acho mais legal da coisa toda é... tem dias que eu paro e eu penso "caralho, há quantas horas a gente já não ficou trocando ideia de como se organizar". Tipo, quando eu entrei em um outro coletivo aqui e



comecei a ver esse processo acontecendo, eu falei: "mano, quantas horas a gente já não passou discutindo isso?". E como esse processo mudou, como a gente erra e como a gente tá tentando acertar. Sei lá, eu descreveria como alguma coisa muito... é muito difícil explicar a Vaidapé. Mas coletivo, acho que é uma boa palavra, por mais que eu sei que existem várias questões nisso. Mas o processo de organização é meio por aí. Trocar ideia, aprender a trocar ideia, aprender a conseguir se expressar e ouvir o outro, muito assim. Tentar achar uma coisa que todo mundo concorde, entender se todo mundo concordar é sempre necessário. Errando e acertando. Não sei se é o modelo bom, a gente tá tentando descobrir e tentando criar um modelo que funcione. Meio por aí.

**Pesquisadora:** Na sua avaliação, qual que é o principal diferencial desse modelo que vocês estão construindo, buscando, em relação ao modelo do jornalismo convencional? Quando eu digo jornalismo convencional, me refiro não só a grande mídia, mas ao jornalismo feito nesses moldes.

**Janaína Viegas:** Acho que a gente é um pouco mais esquizofrênico assim [risos]. Um pouco mais livre [risos]. Acho que o diferencial, pra além das pautas que a gente procura e de não querer ficar falando do que todo mundo tá falando tanto, sabe? Optar por não necessariamente falar tanto da política institucional ou cobrir o que tá acontecendo no dia que tá acontecendo de forma extensa. A gente procura gastar um tempo maior tentando fazer um produto massa, trazer alguma informação nova ou de uma forma diferente. Acho que é uma coisa que a gente procura, a gente já falhou em vários momentos assim também. Mas sempre foi uma meta que eu acho que é um diferencial assim. Do modelo, acho que isso de todo mundo poder dar opinião. Mesmo sendo muito complicado em vários momentos, tendo um milhão de pessoas numa reunião. Tipo, ou às vezes, sei lá, ter uma reunião que você marcou e do nada cola várias pessoas que orbitam no universo da Vaidapé, mas não necessariamente estão inteirados daquele tema porque não vem tanto. Mas se elas falarem alguma coisa ali, elas falaram e... tudo vale. Acho que isso é um diferencial, não ter esses setores definidos. É meio de todo mundo assim, de alguma forma. [Não] dá pra falar que é uma utopia de modelo de jornalismo todo mundo tem a mesma voz, claro que tem diferenças de quem tá lá mais tempo, quem tá lá menos tempo, quem tá mais inteirado, quem tá mais no dia a dia. Mas é um laboratório assim.

**Pesquisadora:** No seu entendimento, existe alguma vantagem ou desvantagem em relação a esse modelo convencional? Quero dizer, você acha que tem algum aspecto do modelo convencional que se fosse

aplicado com adaptações na Vaidapé, teria um impacto positivo pro coletivo?

**Janaína Viegas:** Acho que a gente poderia conseguir se manter melhor assim. Conseguir. Se a gente fosse mais organizado ou seguisse modelos corporativos, ou não necessariamente corporativos, mas modelo de organização que já existe, a gente conseguiria resultados mais rápidos. Pra além da remuneração, mas a organização mesmo. Acho que a gente tem muito o que aprender e não apenas criticar e rejeitar tudo o que outros modelos de comunicação propõem. Acho que tem muitos métodos ali.

**Pesquisadora:** Tem alguma característica específica dessa estrutura, dessa organização, que você acha que seria bem-vinda pro projeto?

**Janaína Viegas:** Eu não conheço muito essa organização, a real é essa. Nunca trabalhei diretamente com o jornalismo nesse nível assim. Trabalhei, mas foi com design mesmo.

**Pesquisadora:** Mas, de forma geral, do que você conhece, do que você vê, tem algo que te chame a atenção assim? Algo específico?

**Janaína Viegas:** Não sei, acho que de alguma forma a setorização das tarefas é boa. Por mais que seja legal você poder orbitar em tudo, fazer o que você quer em todas as áreas. Nomear responsáveis talvez seja uma. Um organograma assim, um pouquinho mais definido. Mas não sei também, se é por aí.

**Pesquisadora:** Você participou do projeto Copa 412?

**Janaína Viegas:** Participei.

**Pesquisadora:** Eu tenho mais algumas perguntas específicas sobre ele. Você gostaria de responder também?

**Janaína Viegas:** Pode ser.

**Pesquisadora:** Você participou da concepção do projeto em si?

**Janaína Viegas:** Da concepção em si, eu fui em duas ou três reuniões assim. Indiretamente.

**Pesquisadora:** O que te motivou a atuar nele também? Por que não foram todos os membros da Vaidapé que atuaram, né?

**Janaína Viegas:** Ah, foi uma das épocas mais cheias assim, na verdade. Foi a época que consolidou um pouco o grupo, sei lá. Mas o que me motivou foi mais a gente ter um espaço, a gente teve a chance de ter um espaço. Eu acho que pela primeira vez poder se reunir e desenvolver um projeto que a galera conseguisse ir, ter algum... conseguir pagar um transporte, consegui ir. E, também, pra além disso, no nível corporativo da coisa, de motivações técnicas. Mas pareceu uma coisa da hora. Era uma época que tava acontecendo muita coisa, tava rolando a Copa [risos], tava rolando todo o rebuliço pós-junho assim.

**Pesquisadora:** Você saberia descrever, mais ou menos, como era o dia a dia da equipe do projeto ou especificamente o seu, do que você acompanhou nesse momento, nessa estrutura compartilhada e tudo mais?

**Janaína Viegas:** Ah, era uma coisa bem todo dia. Também, era uma época que quase todo dia eu ia lá assim. Rolou bastante coisa, a gente entrevistou muita gente, então, sempre tinha uma demanda de post pra fazer e de arte pra montar. E era uma época que a gente ficava lá bastante. O dia a dia era bem corrido assim. Filmar, editar, consolidar equipe, reuniões. Foi uma época interessante.

**Pesquisadora:** E como que funcionava, mais especificamente em relação à estrutura, a organização interna do espaço?

**Janaína Viegas:** Do espaço? Tipo em relação a quem mais estava na casa?

**Pesquisadora:** É, a quem mais estava junto, os outros coletivos, e...

**Janaína Viegas:** Ah, a gente tinha um... era uma edícula assim, no fundo da casa, que a gente [?]. E outros coletivos, rolava a Busca Vida que era uma produtora de vídeo. E acabou ficando uma casa meio pra gente assim, com os outros coletivos que vinham, que a gente chamava. A gente tentou fazer um centro de mídia ali pra galera colar e acabava sendo mais no momento das entrevistas, que o pessoal vinha, entrevistava também, fazia o material, descarregava as coisas. Uma coisa mais esse vibe assim. Daí, mas não tinha uma separação – tipo, aqui um coletivo, aqui um coletivo – era tudo de todos, as máquinas, computadores, uma sala só.

**Pesquisadora:** Os computadores eram do espaço ou eram computadores da Vaidapé que vocês levaram pra lá?

**Janaína Viegas:** Uma parte era laptop da galera e se, eu não me engano, tinha um mac pro assim.

**Pesquisadora:** Da casa?

**Janaína Viegas:** É, da casa.

**Pesquisadora:** De forma geral, como você avalia essa experiência, que balanço você faz dela? Do Copa, especificamente?

**Janaína Viegas:** O Copa, enquanto organização da Vaidapé, foi interessante pra gente se conhecer e numa estrutura de dia a dia, né. Mas, ao mesmo tempo, não sei se foi uma boa opção por vários motivos, assim. A gente bancou uma parte, mas a gente deixou muito a desejar porque a gente tava muito inexperiente também naquilo. Não sei se a gente conseguiu... se foi tão bom quanto poderia ter sido, assim. Se a gente conseguiu... sei lá. Mas, gerou muita reflexão, assim. Foi uma coisa que fez a gente trocar muita ideia.

**Pesquisadora:** Tem algum aspecto específico que você avalia que não funcionou bem? Algo que você aponte, algo que, caso fosse se repetir essa experiência, você acha que seria legal mudar ou reformular.

**Janaína Viegas:** Em relação à organização do projeto, tipo, nós com nós, assim?

**Pesquisadora:** No geral, é. Ou só interno de vocês.

**Janaína Viegas:** Ah, acho que a gente cresceu, né. Foi um crescimento natural. Faz uns anos isso já, a gente tava ainda meio entrando na faculdade. Mas um aspecto negativo acho que a forma como foi conversado toda a questão do financiamento. Acho que a gente não sabia muito como usar o recurso. A gente não sabia muito se era aquilo que a gente tinha que fazer, sabe? Tipo, o que a gente queria fazer. Foi meio uma chance que foi apresentada e a gente falou: "meu, legal, temos uma chance de estruturar um espaço, poder, tipo, trabalhar aqui, fazer esse projeto funcionar. Foi massa, assim. Que a gente fez a revista lá, também, usando aquele espaço pra além do Copa, pra fazer a Vaidapé rolar como um todo assim.

**Pesquisadora:** O recurso que você diz, era pra dar cobertura às atividades do projeto?

**Janaína Viegas:** É.

**Pesquisadora:** Cobria quais atividades exatamente? Era como o Redes e Ruas que tinha remuneração da equipe?

**Janaína Viegas:** É, era remuneração da equipe. Não lembro exatamente como que era a divisão assim, se tinha tipo núcleos. Mas era uma galera que acabou, que tava lá todo dia, quem participou da construção, que tava mais presente lá. Até rolou acho que uma divisão depois de pessoas que, pô, participaram também, tavam indo também, aí teve um remanejamento.

**Pesquisadora:** Sobre essa questão de dividir uma estrutura ou, pelo menos, uma cobertura com os outros coletivos. Na sua avaliação, quais que foram as principais vantagens e desvantagens nessa relação com os outros coletivos? Nessa proposta, né, de fazer algo em conjunto.

**Janaína Viegas:** Acho que foram mais vantagens assim, de conhecer gente, outras propostas. Tentar pensar junto uma cobertura. Fortalecer essa rede. Foi uma época bem legal nesse sentido, de conhecer muita gente, ter contato com uma galera. Acho que isso foi uma das partes mais legais que mais ficaram assim, desse projeto. E, é, uma coisa que a gente abriu mesmo assim, fizemos um chamado geral. Quem quisesse vim era só vim, então, acabou rodando bastante gente pela casa, mesmo. Mais coisas positivas, não sei se tem muito coisa ruim assim pra falar.

Que eu percebi, pelo menos, acho que foi uma relação bem harmoniosa. Não sei.

**Pesquisadora:** De tudo que a gente conversou, tem algum aspecto que você gostaria de acrescentar? Alguma observação a mais, algo que eu não mencionei, que você ache válido destacar sobre a sua participação ou sobre o projeto como um todo?

**Janaína Viegas:** Ah, não sei. É meio por aí assim. É um projeto louco, tá tentando se entender, que não tem tantas referências, mas tem muitas referências, né. Tipo, a gente tenta entender como tá funcionando isso pra todo mundo. E a minha participação é mais tá lá, trocar uma ideia, saber que eu tenho espaço pra fazer meus projetos acontecerem, pra eu divulgar uma coisa que eu estiver fazendo, uma coisa que estiver trabalhando. Ter essa galera pra fortalecer em outros tramos também. E essa rede massa assim. Acho que é meio por aí. Não sei [risos].

**Pesquisadora:** Entendi. Tá certo então. Obrigada, Jay.

**Janaína Viegas:** De nada.

**João Miranda Silva Fagnani, 23 anos, graduando em Comunicação e Mídias na PUC-SP**

*Entrevista concedida em 30/11/2016, no campus da PUC, em São Paulo.*

**Pesquisadora:** João, você teve outras experiências com jornalismo antes de criar a Vaidapé?

**João Miranda:** Não, só como leitor mesmo.

**Pesquisadora:** Ok. E o que te motivou a criar a proposta do coletivo?

**João Miranda:** Então, o coletivo mesmo foi criado no começo de 2013. Mas criar a Vaidapé foi eu e um outro amigo meu, desde infância, uma pessoa bem próxima. E, por coincidência, ele veio estudar aqui, mas não que isso influenciasse em alguma coisa, porque a gente já convivia junto quase todo dia. Foi bem numa proposta de, por não se interessar pelo que já existia, pelos nossos pais mesmo serem muito ligados, serem leitores de *Carta Capital*, *Carta Maior* – o pai dele é um jornalista, enfim. A gente não se interessava muito pelo conteúdo que era o contra-hegemônico, ali, o alternativo, que eram esses veículos de esquerda. E tampouco por também os habituais, os jornalões: Estadão, Folha de São Paulo. Ou a revista *Veja*, revistas semanais, revista *Carta Capital*. Eram conteúdos que não se aproximavam do jovem. Então foi muito mais uma pegada de fazer uma revista, né, não era um coletivo. Fazer uma revista que, através da arte – poemas, muito inspirada em zines –, que através dessa arte também trouxesse um conteúdo relevante. Mas o nosso primordial não era o texto jornalístico. A gente, na revista [número] um que, na verdade, era um projeto piloto que a gente decidiu lançar, não tinha essa vontade de ter vários textos fofos porque a gente ainda não tinha uma equipe, não era uma empresa, a gente não sabia o que era um coletivo ainda, exatamente. A gente colocou alguns textos, mas que não eram muito embasados. Essa já era uma noção forte que fez, em 2013, a gente se aproximar de jornalistas. Aí eu conheci o Paulo [Motoryn], principalmente, que conseguiu motivar a galera do jornalismo da PUC a formar um coletivo mesmo. Justamente em 2013, teve as manifestações e tal.

**Pesquisadora:** Como que foi esse processo de articular a equipe para desenvolver o coletivo em si, a partir de 2013?

**João Miranda:** O Paulo foi indicação de um amigo próximo, também. Um outro amigo que é amigo do Pedro também. Então ele meio que já fazia parte do nicho, assim, de conhecidos. Então se aproximar dele foi tranquilo. A gente se encontrou aqui na PUC, trocou uma ideia, eu apresentei o projeto, e ele já tava muito afim de... Ele já trabalhava no

Lance!, já tava quase se formando em Jornalismo e queria fazer um projeto próprio. Ele tinha muito mais essa pegada jornalística, né? Que eu não tinha e o Pedrinho também não. Então a gente falou: "pô, a gente precisa de mais gente e agora em 2013..." Se aproximando de junho, né? Porque estourou em junho, mas antes já tinham várias manifestações, já tinha gente querendo publicar seu conteúdo, coisa que fazia pra faculdade, ou pra fora da faculdade. Então ele conseguiu, passando em salas, passando no Centro Acadêmico de Jornalismo. A gente foi na USP também e conseguiu o Vini [Vinícius Pereira], estreitamos com algumas pessoas em específico, que foram indicando pra gente. E fomos chamando depois para umas reuniões mais fechadas, entre quem tava interessado em fazer um projeto de jornalismo diferente. Foi dando muito certo porque todo mundo era um pouco alinhado, a gente se interessava pelas manifestações, por exemplo, que era algo que a TV e os próprios jornais não davam a mínima. Nem os veículos de esquerda. Então já era um puta ponto de partida que convergia com a Vaidapé, né? A Vaidapé nasce de uma preocupação de que nada tá conversando com os jovens. Os jovens que não se interessavam pelo que tava rolando [na mídia], queriam cobrir o que tava acontecendo. Então eles começaram a se organizar também. E aí acho que foi mais ou menos isso. A gente fez algumas reuniões focando em fazer a revista número dois. Elegemos algumas pessoas, ali, para fazer os textos. Vários textos feitos por mais de uma pessoa para dar conta de suprir nossas demandas. Fotógrafo, também. E aí já começa essa rede, de fazer ponte com outros coletivos, que já estavam surgindo na mesma época: o R.U.A Foto Coletivo, o Selva SP, o próprio Mídia Ninja, na época, também foi ali que eles começaram a surgir. E aí com essas parcerias, a gente ganha tanto na divulgação, tanto com experiência, e tanto de vivência – de ver que outras pessoas estão participando de um processo muito parecido com o nosso.

**Pesquisadora:** E como que funcionaram essas parcerias com os outros coletivos? Você pode citar alguns exemplos de trabalhos que vocês fizeram em parceria?

**João Miranda:** Sim. Por exemplo, o R.U.A Foto Coletivo e o SelvaSP, que são dois coletivos de fotografia, basicamente. Toda edição a gente publicava uma foto deles destacada no final da revista, como se fosse uma mensagem que a gente queria passar. Não tinha texto, não tinha nada, era a foto. É um jeito de dar espaço, e ao mesmo tempo eles poderem fazer o conteúdo para outros veículos, né? O [incompreensível] também, a gente já usou várias fotos deles. Isso é um tipo de parceria. Mas, por exemplo, um projeto mesmo em parceria, o Mídia Ninja, a

gente já fez um documentário, que eles receberam uma proposta de ir pro Pantanal, indicaram a gente, a nossa equipe de vídeo e de reportagem. A gente fez a matéria e eles ajudaram a finalizar e a divulgar o conteúdo. Um outro projeto, que chamou "Conta D'água", que depois deu muito início aos Jornalistas Livres, né? Mas com o Conta D'água, na época da crise da gestão hídrica, que foi um boom aqui em São Paulo, no governo do Estado de São Paulo. Vários veículos e coletivos que queriam apontar isso como algo relevante – diferente do que os jornais e da grande mídia tava fazendo, que nem davam crédito para essa notícia, basicamente, e não responsabilizavam o governo de fato – se juntaram, né? Mídia Ninja, Vaidapé, Jornalistas Livres, acho que Brasil de Fato e alguns portais que eram mais segmentados nessa questão socioambiental, se juntaram para fazer conteúdo junto. Então a gente chegou a fazer matéria junto com o Brasil de Fato e o Mídia Ninja em outros lugares, entendeu? Então é um jeito de bolar um conteúdo em parceria e que no final das contas é divulgado por todo mundo.

[interrupção]

**Pesquisadora:** Qual que é o modelo, ou talvez modelo não seja uma palavra muito adequada, mas a dinâmica, enfim, as estratégias de organização que vocês têm adotado desde então? E se a gente pensar em categorias, por exemplo: empresa, coletivo, OSIP, quais que você acha que se identificam mais com o projeto?

**João Miranda:** Falar do nosso modelo. Acho que é um termo que tem que ser usado, o modelo de gestão. De hoje em dia ele é muito ligado com o começo da Vaidapé. Assumir que, em 2013, que o coletivo começa, e assumir que do meio de 2012 e até quase que o meio de 2013 não era ainda um coletivo, não era denominado como um coletivo pelos integrantes, já é algo a se pensar, né? Por exemplo, eu e o Pedrinho a gente sempre pensou que a gente estava criando um projeto que ia ter que ter muita gente envolvida, mas a gente não brisava em ser uma empresa. Também não tinha muito essa noção do que era um coletivo. A gente pensava... sei lá, era uma ONG, daqui a dez anos pode ser uma ONG, uma OSIP, a gente não tinha muito essa noção, com 18, 19 anos. E aí, em 2013, quando as pessoas começam a chegar, sente-se uma vontade de falar: “po... o que que a gente é, né?” Então, conversando com todo mundo, fazendo reuniões abertas e tal, e todo mundo se entendendo não como militante, mas também não como jornalista tradicional, ali, que não vai a fundo nas pautas, principalmente da rua...

[interrupção]

**João Miranda:** Como a gente se via dessa forma, dizer que era um coletivo, para nós, era importante. Mas aí como se organizar em relação



a isso, né? A gente chegou a fazer reuniões com 60 pessoas. E aí pensando: em uma reunião de 60 pessoas onde tem cinco, seis que já estão há um ano, 10 que estão a seis meses, outros que estão há 2 meses e 40 que chegaram agora de paraquedas. Então o que fazer, né? A gente primeiro tentou muito se organizar em núcleos, em editorias, na verdade: pessoas que querem escrever sobre isso, isso e isso. Pessoas que trabalham com vídeo e foto. Pessoas que trabalham com programação, design e web. Basicamente era isso. Só que com o passar do tempo, como a gente não tinha grana para pagar ninguém, não tinha grana para mover uma estrutura, mas a gente precisava de grana, por exemplo, para pagar uma conta da Internet, alugar um espaço para se encontrar, algumas pessoas acabavam se envolvendo mais com o projeto. O que é normal, isso sempre foi assumido como algo normal. Até porque, como não envolve grana, é muito da motivação de cada um, né, que vai pra frente. Então, por exemplo, a gente tinha que organizar festa, vender camiseta, para conseguir arrecadar grana e bancar o espaço físico. Algumas pessoas tinham essa preocupação muito clara, outras não. Então isso vai formando um nucleozinho que eu vejo, por exemplo, hoje em dia essas pessoas que se envolviam mais estão presentes até hoje. Nesse sentido, então, aquele modelo de editorias começou a falir, porque a gente não tinha como dar conta mesmo, como se organizar semanalmente ou quinzenalmente, diariamente, a gente não tinha como as pessoas se encontrarem constantemente, sem grana, cada um procurando um trampo também, tendo a faculdade. Era complicado. A gente também tinha que minimizar os nossos esforços para quando a gente se encontrasse ser mais produtivo, não ficar todo mundo vagando. Então, em vez de trabalhar com editorias, a gente tentou trabalhar com os núcleos, diminuir um pouco. Era núcleo de jornalismo, núcleo de audiovisual e [núcleo de] de design e web, e o núcleo lúdico, que eu esqueci de comentar, que é a galera que mexia com poemas e as ilustras que iam pro site. E o programa de rádio, também. Que no final de 2013, surgiu o programa de rádio, era mais uma frente para a gente pensar. Continua sendo um modelo autogerido, desde que eu comecei o projeto com o Pedrinho até hoje a gente nunca se preocupou em se dizer chefe de ninguém. Até isso era um atrativo para as pessoas chegarem perto. E hoje eu assumo que o coletivo é horizontal muito por conta disso, né, pelas pessoas que abraçam o coletivo, as pessoas que se interessam, vão lá, entram e fazem parte, hoje constroem uma parada junto. Nunca é algo que um tá mandando o outro fazer, entendeu? Mas enfim, isso também tem seus problemas, né? Na medida que cada um tá arranjando o seu emprego, cada um tem seus problemas pessoais para resolver, a

dinâmica sempre sofre um pouco com isso. Por exemplo, eu acabo me dedicando um pouco mais que as outras pessoas, acabo vendo algumas pessoas do coletivo diariamente mais do que outras – de novo, o núcleo continua se formando, continua se concretizando. Então aí, sei lá, vamos dar um pulo de 2013, 2014 pra agora, a gente basicamente continua nesse mesmo modelo de núcleos, de frentes de atuação, mas com cinco, seis jornalistas mais fixos, que sobem conteúdo pro site, que acompanham as reuniões mais abertas, que tão ali palpitando também nas diretrizes do coletivo e uma massa de colaboradores, saca? Então o que antes eram reuniões abertas com 60 pessoas, hoje a gente não dá conta disso, a gente tenta mais se fechar um pouco, para ver quais diretrizes que a gente tem que tomar, né? Porque, enfim, o coletivo surgiu e hoje já tá passando por outras transformações.

**Pesquisadora:** Essa divisão, em editorias inicialmente e depois em núcleos, que você citou, elas acontecem em períodos específicos? Quando que acontece essa mudança, você sabe precisar mais ou menos o ano?

**João Miranda:** O ano?

**Pesquisadora:** É, por exemplo, editorias foi até X e depois...

**João Miranda:** Acho que foi entre o final de 2013 e o começo de 2014. Final de 2013, a gente pegou a turma de 2013 que estava atuando nas manifestações e tal. Em 2014, a gente falou: “pô... gente nova entrando na faculdade, gente que tava no primeiro e agora tá no segundo ano, já tem uma pegada mais forte no jornalismo, né? Então vamos passar em todas as salas e ver quem quer participar, e aí fez reuniões maiores, saca? Então, em 2014, que foi esse o boom assim de fazer grandes chamadas. Mas aí em 2015 mesmo a gente já assume uma outra postura de “não, velho, a gente tem que fazer...” Em 2015, a gente não imprimiu revista, acho que a gente não conseguiu imprimir revista, então a gente pensou: “pô, a gente precisa se focar melhor no que que a gente tá fazendo, né? Então a gente precisa de uma dedicação maior pelo menos de algumas pessoas”. Então essas pessoas não dão conta de ficar toda hora puxando gente ou auxiliando as pessoas, subindo conteúdo de colaboradores, era complicado. É uma demanda foda, né? Então a gente começou a se fechar um pouco mais no sentido de dar conta do que a gente já fazia. A gente já faz um programa de rádio, já tem as matérias que a gente faz, já tem o projeto da revista, já tem conteúdo especial, já temos a ponte com outros jornalistas, com outros veículos. Toda hora a gente recebe proposta para ir falar não sei aonde. Então tipo, acho que a gente acabou se fechando meio como uma defesa.

**Pesquisadora:** Entendi. Então, só para eu entender, poderia se dizer que, num primeiro momento, a produção de conteúdo, ela vai ser organizada mais com essas chamadas específicas que vocês fazem, de pessoas para fazer algo mais pontual, e aí a partir de 2014 é que vai se formando um grupo mais fixo em torno dessa produção.

**João Miranda:** Sim, até porque de 2013 muita gente começa a sair de novo, né? Porque arranja um outro trampo, sei lá, muita gente sente essa necessidade de ter alguém falando: "faz isso". Então é muito delicado, cada um tem seus problemas pessoais, sua forma de ver um grupo e tal... Então, em 2014, acho que a gente vê: "porra, tamo aqui há dois anos e essas pessoas tão..." – não é que a gente vê e fala: "ah... essas pessoas tão aqui há um tempo", mas você tá convivendo mais com cinco, seis, sete pessoas ali que já tão há dois anos. E essas pessoas mesmo se sentem mais responsáveis, mais encarregadas. E a massa que vai chegando fala: "eu não sei resolver tal problema, vou falar com essa pessoa". Então, isso também garante que esse nucleozinho se firme e possa tocar o projeto, saca? Quem que vai pensar nas camisetas, quem que vai pensar na grana que tem que girar, quanto custa uma revista, como que faz a revista. A experiência também conta pro coletivo horizontal ser orgânico.

**Pesquisadora:** Entendi.

**Pesquisadora:** Qual foi a fonte de recursos que viabilizou as primeiras edições da revista e qual que é a principal hoje para manter as atividades que vocês desenvolvem aí nos últimos anos?

**João Miranda:** Atividades ou a revista?

**Pesquisadora:** As atividades do coletivo no geral. Ou separado da revista e das demais.

**João Miranda:** A primeira revista foi bancada pelo... Quer dizer, a primeira revista eram 200 exemplares, eu tenho um tio que tem uma gráfica rápida e então a gente entregou o projeto para ele e eu fiz um apelo ali, [perguntei]: "você consegue imprimir 100 revistas, 200 revistas?" e ele falou: "consigo". E aí foi um presente, literalmente, a gente não pagou nada. Mas a partir do momento que a gente tem uma revista na mão a gente dá uma festa e tenta arrecadar grana a partir dessa festa. Isso já dá mais um gás, uma segurança para a gente passar alguns meses com um dinheiro que, porra, pode comprar uma camiseta e gerar mais dinheiro, pode comprar mais caixa de cerveja e gerar mais dinheiro. Aí, a partir da segunda revista, já conta com anúncio e com trabalhos que a gente fez, projetos que a gente fez, tanto de edital para fora de edital, que a gente usou parte da verba pra impressão da revista. E aí, nas últimas edições, na cinco, na seis, foi basicamente anúncio,

festa – daí já é tudo de uma vez – e agora as duas últimas edições foi o edital mesmo que bancou, né?

**Pesquisadora:** Que foi o da PROAC?

**João Miranda:** Foi o PROAC. Mas a gente conseguiu anúncio e tipo, festa. Sempre fez muita festa em faculdade, enfim... Isso foi o que levantou mais dinheiro para bancar a revista.

**Pesquisadora:** Entendi. E aí para as atividades do coletivo em geral. Por exemplo, teve outros editais que vocês ganharam? Quais foram eles?

**João Miranda:** A gente já foi contemplado no edital Redes e Ruas, que é da Prefeitura de São Paulo. A gente ficou um ano fazendo 15 atividades no calçadão cultural do Grajaú, que era um ambiente que a gente tinha proximidade, mas não tinha muito contato. E foi muito louco pra nós isso porque além de abrir várias portas na Zona Sul e com agentes marginais de São Paulo, a gente também se espec.. – não se especializou, mas entendeu como funciona os editais, né? O que que era um coletivo aqui do Butantã ocupando um espaço lá da Zona Sul, sendo que a própria galera do Grajaú poderia tá ocupando aquele espaço, ganhando aquele edital para fazer as atividades lá. E a gente tem um compromisso ali, agora, entendeu? Não só pelo compromisso, mas é um contato forte que nós tem que, sei lá, foi massa.

**Pesquisadora:** E... desculpa, pode falar.

**João Miranda:** Não, daí o outro edital é o PROAC, né? Que é do Governo do Estado para publicação de conteúdo cultural, impresso. E aí bancou a quinta e a sexta edição da revista e mais um pouco do lançamento, dos festivais de lançamento que a gente faz no Butantã e no Grajaú. E aí a gente ganhou o Ponto de Mídia Livre do Ministério da Cultura, mas não caiu ainda, por causa do impeachment e tal. E agora a gente ganhou o Redes e Ruas de novo, mas vai cair só pro ano que vem, para 2017.

**Pesquisadora:** Bom, e desde o início do projeto os recursos que entram eles não cobrem todas as atividades desenvolvidas, né? O trabalho das...

**João Miranda:** Não, sempre cobrem o projeto.

**Pesquisadora:** É, isso que eu queria que você explicasse um pouco melhor. O que que tem cobertura de financiamento externo e o que que é investimento de vocês, desde vocês terem que colocar dinheiro de vocês até, digamos, a força de trabalho, não necessariamente o dinheiro, mas enfim...

**João Miranda:** Por exemplo, no Redes e Ruas o que a gente se preocupou em financiar – que aí a gente já escreve o projeto antes, né? Ele é aprovado e a gente executa da mesma forma. Tinha que bancar

uma casa – uma casa não, uma redação, uma sala, um escritório... e porventura a gente já alugava um espaço que a gente podia usar para fazer festas, mas enfim. Internet, água, eram coisas que a gente se preocupava. O próprio café, assim, foi um negócio que a gente se preocupou. Que eram coisas mínimas, mas que a gente precisava bancar o que todo mundo precisava. Aí o transporte para ir até o Grajaú, pras seis pessoas que estavam inscritas no edital. Uma ajuda de custo para essas seis pessoas que estavam inscritas no edital de 400 reais para tá indo duas vezes por semana no Grajaú e para pensar todas as atividades, executar todas as atividades, produzir [inaudível]. E a ajuda de custo pros artistas, e para fazer as programações, né?

**Pesquisadora:** E fora desse projeto especificamente, os outros editais eles vão cobrir só a impressão da revista, a Internet na redação, por exemplo...

**João Miranda:** Por exemplo... porque, tipo, não tem como a gente fugir muito disso na lógica do edital, né? Só se for um prêmio, como é o caso do Ministério da Cultura, só que ainda não caiu. Mas no edital fechado, que você tem um projeto, não adianta eu falar: "ah, vou bancar uma redação com 10 mil reais e outros 15 mil reais eu vou fazer o projeto", não existe isso. Mas, por exemplo, o Redes e Ruas a gente tinha uma grande verba para comprar equipamento. Isso foi muito bom pra nós. porque a gente comprou desde equipamento pra câmera até equipamento de som. E aí a gente cria uma independência pra nós, o que é foda. E que... não só nós, mas vários coletivos você vê por aí, ganhando edital, comprando equipamento e não precisa pelo menos para ter o equipamento.

**Pesquisadora:** Quantos equipamentos vocês compraram nesse edital?

**João Miranda:** A gente bancou... Pô, a gente comprou duas caixas de som, um sub, uma mesa, potência, toda uma infraestrutura para fazer um som decente, né? Microfone e tal. Comprou cartões de memória, HD, HD externo... Lapela... não lembro agora exatamente.

**Pesquisadora:** Os computadores da redação, por exemplo, eles são dessa leva ou não?

**João Miranda:** Não não. Não, computador, câmera... a gente não comprou. Computador é um meu que tem lá, que é meu, pessoal. E um outro que tem lá foi uma doação de um pai de uma amiga nossa. Que não usava em casa...

**Pesquisadora:** E as câmeras cada integrante...

**João Miranda:** Cada um é a sua, é. Não, cada um tem a sua, mas a gente meio que deixa lá.

**Pesquisadora:** Divide.

**João Miranda:** Divide isso lá.

**Pesquisadora:** E os gastos, por exemplo, com internet, servidor, deslocamento, gasolina, passagem. Vocês dividem entre vocês, geralmente, como que funciona?

**João Miranda:** Hoje em dia não tem esses gastos computados em lugar nenhum. A gente não tem entrada de dinheiro, então a gente se preocupa muito menos em ter gente lá na Vaidapé todo dia exatamente pra não ter esses custos, entendeu? Por exemplo, esse edital. A gente tava se programando desde o final do ano passado pra cair em janeiro e a gente já tinha um cronograma de como a gente ia usar essa grana. E ia bancar isso, ajuda de custo para uma equipe mais fechada se manter ali na redação e pra ter ainda uma margem pra colaboradores. E a ajuda de custo pra bancar pelo menos todo esse trampo. Não como sendo um empregado com 4 mil reais, 3 mil reais por mês pra cada pessoa. mas uma ajuda de custo de até 600 conto pra pelo menos a pessoa poder comer e se transportar, ir de um lado pro outro, e poder fazer uma pauta mais decente. Que não é nada, né? Mas...

**Pesquisadora:** Mas o servidor do site, por exemplo, é um preço alto?

**João Miranda:** Eu não sei exatamente quanto é, mas a gente mesmo que banca. Na verdade, a gente tem um caixa ainda, né? Se eu não me engano, hoje, não tem problema nenhum [de falar?], a gente tem mil reais eu acho em caixa. E é o que foi sobrando de sempre até hoje.

**Pesquisadora:** Existe um caixa, então, que uma despesa por exemplo como essa de servidor ela tá coberta pelo caixa

**João Miranda:** Tipo e-mail... É, às vezes, eu pago e aí pego dinheiro do caixa, entendeu?

**Pesquisadora:** Entendi.

**João Miranda:** Coisas assim não tem como fugir, saca? A gente não tem como bancar hoje uma ajuda de custo para transporte e alimentação pra essas pessoas, então vamo parar de se transportar e de comer aqui em casa, entendeu? Cada um come na sua e quando puder vem, porque não tem como...

**Pesquisadora:** Entendi.

**Pesquisadora:** Em algum momento, desde a criação do projeto, vocês atuaram sem nenhuma entrada de recursos ou com esse caixa vazio? Tiveram que colocar dinheiro de vocês?

**João Miranda:** Então, desde que a gente... Acho que o que já precisou foi fechar a conta de uma revista. Eu já dei dinheiro pra revista, dinheiro do meu bolso. Mas isso já voltou, também, de outras formas pra mim. E eu não sei, foi um investimento que eu fiz no começo. Mas não... nada... tipo, 300 reais, sei lá. Nunca banquei 5 mil reais da revista, nada disso.

**Pesquisadora:** Entendi. Isso foi quando?

**João Miranda:** Eu acho que, na época... em 2013.

**Pesquisadora:** Você comentou antes de seis pessoas nas atividades mais fixas, digamos assim, quantos colaboradores tem ao todo no projeto hoje, contando os que estão de forma mais esporádica, além desse núcleo?

**João Miranda:** Em torno de 20, acho. Naquela reunião que você foi lá, tinham oito pessoas e para além daquelas pessoas tem mais umas dez que a gente pode contar sempre. E aí depois disso já é aquela margem de gente que vem de repente e fala: "ô!"... Que, se a gente [chamar] pra uma puta reunião, vai aparecer [trecho incompreensível]. "Vê se dá pra subir isso", "ah, olha isso que tá acontecendo". Que colabora mais, sei lá, ajudando da forma que pode, e não necessariamente indo de encontro no coletivo e tal, discutindo as diretrizes...

**Pesquisadora:** Entendi. Com que frequência vocês se reúnem para planejar as atividades, geralmente?

**João Miranda:** É... Então a gente tinha hoje mesmo, exatamente hoje, início de dezembro, final de novembro, a gente tá numa situação um pouco delicada e diferente do começo do ano, por exemplo. A gente tava se reunindo toda sexta-feira numa reunião, discutindo pauta e discutindo diretrizes dos próximos dias, das próximas semanas. Aí vai chegando final do ano, principalmente, a galera tem faculdade e tal, entrega de trampo, a galera fica louca com os tramos pessoais e é difícil continuar se reunindo direto.

[interrupção]

**João Miranda:** Aí agora a gente tá tentando se reunir toda semana, acho que a gente até consegue um dia para se encontrar e todo mundo discutir coisas, mas o que tá mais difícil mesmo é fazer as reuniões de pauta entre os jornalistas. Que aí a gente não... a gente tá com tanta coisa para discutir sobre as diretrizes mesmo do coletivo e o que que vai ser pro ano que vem que a gente não tá muito dando conta de se reunir pra fazer o conteúdo jornalístico. E aí acaba que o que a gente tá muito em cima do que cada um tá fazendo por conta própria...

**Pesquisadora:** Não tem tanto esse planejamento. Então essas reuniões de sexta elas não...

**João Miranda:** No começo do ano, elas traziam muito conteúdo jornalístico. Até a gente fazia em dois dias diferentes, depois mudou. No começo do ano, tinha essa preocupação de semanalmente se encontrar para fazer conteúdo e também ter um momento do dia ali pra gente tá discutindo nós, estrutura. E um olhar na cara do outro e falar: "não gostei disso, gostei disso".

**Pesquisadora:** Entendi. E essas reuniões de planejamento do conteúdo mesmo, em algum momento elas são abertas a pessoas que não integram o coletivo? Por exemplo, pessoas da comunidade, pontes... existe um chamado público pra elas?

**João Miranda:** A gente nunca fez chamado público porque a gente sempre fez o rolê com estudantes, basicamente. E quando a gente fazia os chamados nas faculdades, a gente tinha, sei lá, se a gente não tivesse ido por esse caminho, fazer os chamados em faculdades, hoje acho que a gente não ia ter um monte de gente aí no coletivo. Mas, ao mesmo tempo, isso dá um caráter de jovens, estudantes pro coletivo. Diferente de outros que fazem reuniões abertas, etc. Mas a gente não tá fazendo reuniões abertas também que não é do nosso círculo, que a gente não conhece, que tá junto, entendeu? Tipo o Iuri, o Iuri viu um projeto nosso, que a gente tava fazendo a nossa série de rap no YouTube, ele mora na Zona Norte, não conhecia ninguém, mandou uma mensagem, colou e tá até hoje, entendeu? Participando de reuniões, participando do coletivo.

**Pesquisadora:** Entendi.

**Pesquisadora:** Quanto à frequência da produção de conteúdo. Como que isso tem ficado ao longo do tempo? Com que frequência vocês têm trabalhado?

**João Miranda:** A gente não tem muito uma preocupação [incompreensível] de cobrir tudo o que tá acontecendo. Então, publicação de conteúdo na Internet, é o que eu falei, hoje tá mais difícil, mas há um tempo atrás, há uns dois, três meses atrás, a gente tava fazendo todas as matérias para a revista. Então a gente tinha que se encontrar para fazer as matérias pra revista, tinha que se encontrar pra pensar quais eram as matérias que iam pra revista e dentro dessas matérias quais que não iam e iam pro site. Não sei se te respondeu.

**Pesquisadora:** Entendi. Mas, por exemplo, dá pra dizer que é uma frequência semanal, ou que vocês tiveram um determinado momento uma frequência mais diária, depois semanal, depois mensal...

**João Miranda:** Sim, ano passado era diária. Ano passado era muita matéria. Esse ano não tá tendo muita... Porque é muito um ciclo, né? Por exemplo, se não tá tendo muita matéria, as pessoas param de se preocupar em mandar também conteúdo. Porque para de aparecer pra elas que a Vaidapé tá ali também. E ao mesmo tempo, a gente não dando conta de subir muito conteúdo, se preocupa menos em pedir conteúdo pras pessoas mandarem. Isso é a fase que a gente tá passando hoje. No começo do ano, no ano passado, sei lá, acho que era uma produção mais



diária mesmo. Hoje é mais semanal. Não que é uma matéria por semana, mas... é mais o que que a gente vai publicar naquela semana.

**Pesquisadora:** Sim, de modo geral é esse ritmo, né? Entendi.

**João Miranda:** Mas a gente tem coisas tipo... a gente tá nessa série do rap, que daí já é um conteúdo de fato por um mês, mais pílulas ao longo das semanas. Tem sempre uma matéria mais especial que acaba saindo, algo maior, que dá pra dividir aos pedaços. Ou sei lá, ensaio de fotos... a gente tem bastante opções, saca? pra subir. É que é sempre essa demanda aí de subir o conteúdo na Internet. Revisar e publicar tá difícil mesmo, porque precisa de uma dedicação maior.

**Pesquisadora:** Essas tarefas da produção, por exemplo a publicação, todos os colaboradores têm autonomia para publicar ou passa por alguém essa última etapa?

**João Miranda:** Todo mundo sobe ali o texto que quiser, quem quiser pedir um login a gente passa sem nenhum problemas. Mas a publicação final... não significa que "ah, essas pessoas tem que aprovar", não, mas alguém tem que ler essa porra antes de entrar no ar. Porque qualquer um que ler vai saber "ah, tá escrito errado isso, tem um erro de gramática... e se essa pessoa que for revisar estiver indecisa ela vai pedir ajuda, apoio para alguém, provavelmente, que tá há mais tempo. Então naturalmente, sei lá, a gente acaba se editando, entendeu? Aí não vai chegar ninguém ali, tipo eu vou chegar, que estou a mais tempo, lê o texto e canetar tudo e escrever do meu jeito e passar por cima da ideia principal do cara. Isso foi uma posição muito que a gente fez ao longo do tempo, saca? Não é que fórmula surge do nada. Já rolou muito texto que alguém chegou lá e canetou e rolou uma discussão depois e foi uma discussão construtiva. E aí todo mundo vê que a melhor forma é cada um ter sua linha, cada um escrever do seu jeito. Óbvio que tem coisas que dá para a gente fazer melhor. Mas é da hora ver também que gente que tá chegando agora se sente inseguro, normalmente, para publicar o seu texto. Então, óbvio que ela vai pedir uma ajuda para Paulo que tá há quatro anos e escreve super bem. E é isso, aí vai da sensibilidade do outro de não canetar o texto e deixar o mais autoral possível.

**Pesquisadora:** Entendi. Agora passando um pouco para a sua participação, individualmente. Em média, quantas horas por semana você se dedica às atividades do coletivo? Isso contando momentos que você tá presencialmente na redação ou fazendo de algum outro lugar de forma remota.

**João Miranda:** Hoje ainda mais estando nos fundos da minha casa é ainda mais delicado, né? Mas ao mesmo tempo é o período que a gente tá se encontrando menos, então dá uma equilibrada. Se fosse ano

passado, que a gente via a casa cheia todo dia era foda, mas... não sei, todo dia eu tenho algum trampo de edição, saca? Como eu trampo com vídeo, sempre tem alguma coisinha para fazer, algum vídeo para finalizar, alguma ajuda que a galera pede. Então todo dia, no mínimo, sei lá, umas duas, três horas do dia eu estou disponível, no mínimo. Só que acontece que eu sempre... alguém manda um texto, aí eu vou lá e tenho que subir, ou revisar alguma coisa, pedir uma opinião final para alguma coisa. [incompreensível] que todo dia eu trampo como se fosse um trabalhador normal, só que eu faço meu horário que é de manhã e à noite porque eu tava tendo aula durante a tarde. Mas quando eu não tenho aula, também, eu fico o dia inteiro lá. E daí eu divido muito entre os meus tramos que eu faço por fora, que eu também faço tudo em um único lugar, que é a redação, e os tramos que eu faço para a Vaidapé. Mas sei lá, não sei nem dizer em tempo, assim, de verdade, porque na minha cabeça, assim, não tem esse limite. Final de semana eu fico vários... e também eu tenho sempre que ficar ali escrevendo uma mensagem no grupo, falando: "ô, vamo fazer isso...". É, sei lá, muito tempo.

**Pesquisadora:** Entendi. O grupo que você fala que vocês usam para se comunicar é Telegram, WhatsApp?

**João Miranda:** Telegram.

**Pesquisadora:** Além desse, mais algum?

**João Miranda:** Tem um grupo com mais de 100 pessoas no Facebook. A gente colocou todo mundo que já foi em uma reunião. Você vê que são mais de 100 pessoas que já estiveram ali presencialmente, já fizeram alguma coisa. Aí tem vários minigrupinhos de Facebook para cada coisa específica. As pessoas vão criando mais o principal é esse grupão de 100 pessoas ou o grupo do Telegram que tem umas 15 pessoas.

**Pesquisadora:** Quais que são mais ou menos as funções de cada grupo? Por exemplo, Telegram vocês usam mais pro dia a dia, esse do Facebook...

**João Miranda:** O Telegram, não só pelo dia a dia, mas também como... por exemplo, nesse grupo que tem 100 pessoas, muita gente já trabalha em outros veículos, né? Trabalha... Sei lá, muita gente nem acompanha o grupo ou acompanha, mas não faz mais parte do coletivo. A gente não tá a fim de chegar e falar: "gente, acabou esse grupo". Para nós, se quem quiser participar, às vezes, a gente posta alguma coisa que talvez se interessa. Ou alguém de repente que nem fala com ninguém mais do coletivo há meses mas de repente fala: "nossa galera lembrei disso, de vocês, posta lá". Acabou sendo uma mídia social nossa, assim.

**Pesquisadora:** Mas não é um espaço de discussão de questões internas.

**João Miranda:** Não. Já foi. Até o final do ano passado, a gente postava toda ata de reunião lá e tal. Quando é algo mais urgente a gente sempre usa lá também, porque é onde todo mundo recebe notificação. Mas quando é pra, sei lá, precisa entregar a revista não sei aonde, é Telegram. Se é "ó, gente, recebemos esse e-mail", é Telegram.

**Pesquisadora:** E no Telegram participam só os colaboradores que estão mais no núcleo, nessa parte de concepção?

**João Miranda:** Participa a galera, principalmente, da redação. Foi criado para fazer a redação, a produção jornalística dar conta da demanda tanto da comunicação interna, quanto da comunicação externa. Mas aí a partir disso a galera também foi adicionando outras pessoas. A gente tinha um grupo no WhatsApp antes e aí começou a ter muita gente também e a gente resolveu demolir o grupo, porque ficava muita conversa, muita conversa. A gente ficou um tempo sem grupos no celular porque a gente estava muito esgotado de tanta coisa. Sei lá, o coletivo também... as nossas condições pessoais influenciam muito também no andamento do grupo. Então quando a gente tá muito exausto um do outro também, a gente sente isso, faz a reunião muito frequentemente, começava a ter muita briguinha, a gente nunca conseguia ter uma reunião mais construtiva, onde as pessoas não ficassem bravas umas com as outras, aí chegou um momento que implodiu o núcleo do WhatsApp, para não ter mais briga.

**Pesquisadora:** Sim, por um desgaste mesmo.

**[00:36:55.18] João Miranda:** É, para não ter um desgaste. Então são coisas que ainda bem que a gente já passou por isso. Hoje o grupo do Telegram funciona bem profissionalmente, é para isso. Voltando, para as pessoas, são os jornalistas, basicamente. Eu não sou jornalista e eles me colocam lá, tem um menino que faz a programação, a menina que faz o design que é a [incompreensível]. Acho que é isso, a produção de conteúdo, basicamente.

**Pesquisadora:** Voltando um pouco para a sua participação, você poderia descrever a sua rotina, ou as atividades que você costuma desenvolver? Você falou um pouco já da edição de vídeo, tem algo mais que você acha importante destacar para eu conseguir visualizar como é o seu cotidiano nas tarefas do projeto?

**João Miranda:** Por exemplo, hoje eu acordei e tenho aquele vídeo pessoal, para cliente, e um vídeo da Vaidapé que tenho que pegar para terminar para publicar amanhã. Então, eu comecei fazendo o da Vaidapé, fiquei umas quatro horas editando ele, e depois fiquei mais uma hora editando outro vídeo que preciso entregar, que era mais

simples. Aí vim pra cá para fazer a entrevista e à noite vou voltar para terminar o vídeo pro Paulo, vou virar a noite fazendo isso. Provavelmente amanhã vou mexer no vídeo do Rap que eu tenho que entregar para dezembro, no mês de dezembro. Daí eu vou sei lá gastar umas seis horas do meu dia fazendo isso. Eu não vou terminar, também, vou deixar para depois de amanhã para continuar e sei lá, Deus, quando vai terminar isso. Mas vídeo sempre gasta uma diária no mínimo para tá trampando com isso. Sei lá, tô no computador, fico duas horas editando e uma hora você se esgota, entra ali no Facebook, alguém já falou alguma coisa para publicar no site, ou tem uma matéria bacana, aí joga no Facebook. Aí gasta mais meia hora ali me aventurando para alimentar nosso conteúdo. E aí vou responder e-mail, responder questionário de gente de faculdade, sei lá. Mandam mensagem e foto toda hora pra gente publicar também. Então é isso.

**Pesquisadora:** Entendi. A próxima pergunta seria quais são suas outras atividades além do vínculo com o projeto. Você já falou um pouco delas, então só para confirmar: é a faculdade e você faz trabalhos de vídeo também.

**João Miranda:** É... só, é..

**Pesquisadora:** Como autônomo. Você tem um emprego?

**João Miranda:** Eu montei uma empresinha, que chama [incompreensível] e daí eu tenho esse trabalho que não tem nada a ver com a Vaidapé. Mas muito dos [cliente]... tipo a Le Monde Diplomatique, que é a revista, a Le Monde Diplomatique Brasil, eu já fiz trabalho pra eles porque eles vieram atrás da Vaidapé e aí a Vaidapé não cabia, mas eu cabia, entendeu? Então, um grafiteiro já me chamou para fazer vários vídeos pra ele por causa dos trampos na Vaidapé. Sei lá, coisas assim.

**Pesquisadora:** Entendi. De forma geral, a partir da sua experiência durante esse tempo todo no coletivo, desde a criação da revista até agora, como você avalia o modelo de organização adotado por vocês ao longo desse tempo?

**João Miranda:** Então, a gente nunca adotou um modelo de organização, né? O que você estava vendo na reunião lá era exatamente esse processo de qual que é o modelo que a gente vai ter. Eu acho que tudo que a gente já passou até hoje serviu para a gente chegar hoje e falar qual o modelo que a gente vai ter. Pra mim funcionou esse modelo horizontal até hoje exatamente porque ele era horizontal e a gente conseguia não ter ninguém acima do outro, mas [incompreensível] tomassem algumas decisões nenhuma opinião valia mais do que a outra. Então acho que esse foi o único modelo que eu consigo te dizer que se

manteve do início ao fim, mas de resto foram muitas transformações e, sei lá, é um coletivo que agora está tentando entender que caminho que vai seguir. Eu não posso dizer se esse modelo que a gente tinha deu certo ou não, sabe? Porque não era um modelo.

**Pesquisadora:** Entendi, foi um processo, né?

**João Miranda:** É, tá sendo ainda. Inclusive muitos outros [coletivos] que tentaram se encaixar em um modelo só não deram certo, né? Não só de mídia, mas... porque você se implode uma hora, né? Você chega em um ponto e diz: "e aí, não tem dinheiro, não vai dar certo então?" ou sei lá, tem dinheiro mas só tais pessoas mexem nesse dinheiro. A gente já viu muita gente caindo ao longo do tempo porque não conseguia lidar olho no olho entre todo mundo, o que acho que a gente tá conseguindo fazer, e isso é muito doido porque acho que se der certo – eu acho que tá dando certo, né, mas se der certo também ao ponto de eu poder um dia te dizer "o nosso modelo é esse" eu acho que vale muito pela construção do que a gente vai tentar fazer.

**Pesquisadora:** Sim. E pensando agora um pouco no modelo do jornalismo convencional, na sua avaliação qual que é o principal diferencial nesse processo que vocês vivem pro modelo convencional, em relação à estrutura e organização?

**João Miranda:** Bom, acho que principalmente esse ponto de não ter o editor-chefe dentro de uma redação que vai ditar o que vai acontecer no dia a dia. Isso é algo que já muda totalmente a organização do grupo, né? Porque se não vai ter alguém que vai ditar, as pessoas têm que saber o que vai acontecer, o que vai ser dito. Então as pessoas têm que se organizar, isso já faz com que as pessoas se organizem. Outro ponto acho que é o fato de as diretrizes do grupo não serem tomadas só pelo lado jornalístico. O que move a nossa redação hoje, o design tá opinando também, o produtor audiovisual tá opinando, o artista visual tá opinando também. Cada um com o seu embasamento e seu nível de profundidade, mas como a gente faz as questões passarem por todas as frentes sempre, então sei lá, acho que isso já muda completamente as diretrizes do grupo, o que difere muito de uma redação convencional. Fora isso a nossa própria lógica de produção, de compartilhar conteúdo dos outros, de tá sempre fazendo isso, dando os créditos, tá em contato com outros veículos, outros parceiros, mandando conteúdo, tentando propor projeto em conjunto, ou indicando gente que a gente conhece que não é da Vaidapé pra formar tal projeto... A gente trabalha muito em um espírito de colaboração e eu acho que as redações convencionais são completamente competitivas, não tem como ver de outra forma, elas competem literalmente e eu não vejo qual que é a outra... isso só trás

desgaste pra sociedade e acho que a única coisa que eles ganham com isso é dinheiro, né? Que é o tá competindo com o outro para ver também quem disputa mais anunciante e quem vai ganhar mais dinheiro com isso. Não vejo outro sentido, porque se o jornalismo se faz necessário, por que que tem que causar tanto desgaste entre uma editora e outra, uma corporação e outra? A gente hoje mesmo sai muito desse ponto de vista de ser o “zé cri cri” da esquerda que fica demolindo a grande mídia. É muito mais no sentido de fazer algo diferente, sabe? Porque, é engraçado, a gente vê muito jornalista criticando a grande mídia, mas se der o espaço para ele publicar seu texto lá, ele vai lá e publica ou sei lá. Acho que a gente tá só tentando fazer algo diferente, sem só ficar batendo de frente e desgastando.

**Pesquisadora:** Você não vê uma posição tão combativa, assim, de querer combater. É só uma proposta diferente.

**João Miranda:** Isso, pode ser. Já fomos mais combativos, assim. Mas acho que hoje a gente tá muito mais nessa de se articular com quem já faz e tá totalmente à margem dos holofotes e de todo mundo. Ninguém observa, ninguém conhece os coletivos de comunicação periféricos e muita gente conhece a gente. Então, o que a gente tenta fazer é conectar esse público.

**Pesquisadora:** Entendi. Na sua avaliação, tem vantagens e desvantagens nessa diferença de modelos? Tem algum aspecto específico do modelo convencional que você acha que teria um impacto positivo na Vaidapé se fosse aplicado na organização do coletivo?

**João Miranda:** É que primeiro como envolve dinheiro... pra estrutura convencional se banca também através do dinheiro, que eles têm, mas esse dinheiro também é [incompreensível] porque eles fazem um trabalho de ir atrás desse dinheiro que dá certo. Mas além desse trabalho que dá certo, enfim... deixa eu ver. É que é foda comparar, porque não tá muito a pé de comparar.

**Pesquisadora:** Sim, são bastante distintos. Mas pensando talvez em algum tipo de adaptação nesse sentido assim de uma vantagem do modelo convencional ou um aspecto positivo que se incorporado à Vaidapé dentro da sua própria realidade seria positivo. Ou se não, se você não vê nada que possa ser resgatado, digamos assim. Sempre consciente de que são modelos completamente diferentes, como a gente...

**João Miranda:** É que eu nunca trabalhei em uma redação, então não sei dizer exatamente como que é. Mas acredito que a próprio dia a dia de uma redação convencional que tá todo mundo ali trampanando, um na sua mesa e tal, sei lá, é interessante... Só que se a gente tivesse dinheiro pra

fazer algo assim, talvez a gente pudesse, sei lá, a gente ia saber melhor dizer. Eu não sei dizer uma vantagem do modelo de redação porque eu nunca tramei numa redação.

**Pesquisadora:** Entendi. Bom, tem algum aspecto que você gostaria de acrescentar, algo que eu não mencionei, em relação às respostas das questões todas?

**João Miranda:** Não, acho que não.

**Paulo Mifano Motoryn, 24 anos, graduado em Jornalismo pela PUC-SP.**

*Entrevista concedida em 1/12/2016, na casa do entrevistado, em São Paulo.*

**Pesquisadora:** Você teve outras experiências com jornalismo antes de participar da formação da Vaidapé?

**Paulo Motoryn:** Tive. Em 2011, eu comecei a trabalhar em um jornal de esportes chamado Lance, que é um jornal daqui de São Paulo e do Rio. Jornal diário, tem site também. Trabalhei como repórter setorista de alguns clubes lá em 2011. Também em 2015, eu tive uma experiência trabalhando no governo federal, mais com assessoria de imprensa e políticas públicas do que com jornalismo.

**Pesquisadora:** Quando que foi a sua entrada na Vaidapé e o que te motivou a participar da concepção do coletivo, do projeto?

**Paulo Motoryn:** Eu entrei na Vaidapé no começo de 2013. O que me motivou a entrar foi perceber que a Vaidapé quando eu entrei já era uma plataforma possível de se realizar o jornalismo, e era uma plataforma que garantiria que esse jornalismo fosse diferenciado. A primeira edição da Vaidapé era uma revista piloto, basicamente só com poesia, ilustração e sem jornalismo, sem nenhuma reportagem jornalística. E eu percebi que tinha um espaço tanto dentro da revista quanto para fora, daquilo repercutir, porque logo de início a Vaidapé já alcançou uma rede grande de pessoas que acompanhavam o trabalho. E foi por isso, nesse primeiro momento, ver que uma plataforma já existia e eu estava em um momento de militância, sem ter um trabalho fixo, consegui unir minha militância também com um aprendizado mais técnico, e com o desenvolvimento, a concepção do projeto e tal. Mas no início foi isso, já ter visto essa primeira revista feita foi o que me motivou a participar das seguintes, do site e tudo mais.

**Pesquisadora:** E você foi o primeiro jornalista a participar do projeto, certo?

**Paulo Motoryn:** Fui o primeiro jornalista. Na verdade, é, eu fui o primeiro que começou a realmente participar. O João acho que já tinha convidado algumas outras pessoas antes, a gente fez até uma reunião anterior a eu começar a participar mesmo, em janeiro de 2013, que tinham cinco, seis jornalistas amigos, mas nenhum deles começou a participar, o único que abraçou fui eu. Comecei a escrever, o primeiro texto mesmo foi publicado em março de 2013, mas desde janeiro e fevereiro, eu já estava dentro, participando bastante.



**Pesquisadora:** Ao longo desse período, você participou do processo de articulação da equipe, de trazer novas pessoas. Como foi essa participação?

**Paulo Motoryn:** Basicamente essa era a minha principal tarefa em 2013, quando a gente entrou, porque não existia um espaço físico, assim como agora, não existia uma remuneração e pela minha proximidade com os jornalistas, não só da PUC, mas também tinha alguns amigos em outras universidades, eu comecei a organizar reuniões semanais à tarde dentro da PUC, e aí vinha gente de outras faculdades, mas principalmente dos vários alunos da PUC, uma galera que eu conhecia. E por quase um ano, até o começo de 2014, as reuniões eram dessa forma, mais orgânico mesmo, no todo dia do coletivo era praticamente só eu e o João, a gente fazia as coisas meio virtualmente, e o único momento presencial era uma vez por semana nessa reunião que eu organizava. O João estudava à tarde e nem participava dessa reunião, então eu fiquei meio nessa intermediação das colaborações dos jornalistas para dentro da Vaidapé. inclusive escrevi pouco nessa época, porque minha principal função era ser editor mesmo, de organizar as reuniões. Aí ao longo do tempo, cada vez mais, essas pessoas foram ganhando autonomia e tal e deixou de ser minha única função puxar as reuniões, mas de início era meio assim que acontecia. Eu fiquei bem nessa parte de chamar gente, passar em sala nas universidades, fiz bastante isso.

**Pesquisadora:** Entendi. Em algum momento, principalmente nesse momento inicial, vocês discutiram um modelo de organização do coletivo. Você participou dessa discussão especificamente?

**Paulo Motoryn:** Não sei se... Eu não vou te dizer que teve um momento específico em que a gente falou: "oh, a partir de hoje vamos ser horizontais, não vamos ter cargos nomeados, vamos trabalhar de uma forma mais orgânica e tal", mas, em alguns momentos, eu lembro de a gente ter alguns debates de se chamar ou não de editor, se eu estava sendo o editor ou se eu não ia ser o editor, se o João ia ser coordenador de vídeo. A gente por alguns momentos discutiu a importância de não colocar, hierarquizar esses cargos, mas desde o início, de uma forma quase que natural, se deu essa lógica da horizontalidade. Poucas vezes "a partir de hoje é horizontal", mas lógico que o processo de liderança, de coordenação, ele existe, mas a hierarquização, a nomeação dos cargos, já desde o início que a gente não faz. Principalmente nessa época, que eu tinha mais uma posição de ser editor, a gente conversou e era de comum acordo que não fazia sentido a gente colocar uma pessoa da redação acima das outras, tentar pensar esse modelo de edição

coletiva. Então, as pessoas que entravam a gente: "ah, tá sem tarefa, vem editar e revisar esse texto" e tal, então a gente sempre tentou sair um pouco, apesar de que na prática existia liderança, existia as funções, mas a gente sempre fugiu da nomenclatura mesmo.

**Pesquisadora:** Entendi. Quanto à questão dos recursos que foram viabilizando as atividades do projeto, ou algumas delas, você participou desses processos de captação de recursos, ou estratégias de financiamento?

**Paulo Motoryn:** Sim. É, meio que todo mundo participou, muito difícil alguém que não tenha participado, principalmente no início. A segunda revista da Vaidapé, por exemplo, foi paga praticamente com cervejada na USP e na PUC, e era processo bem coletivo, a gente ia em cinco, seis pessoas vender. Um fazia a função do gelo, outros da... e anunciante, também, teve colaborador que entrou e já trouxe um anúncio para a revista, gente que não conseguiu. Mas isso sempre esteve no radar de todo mundo. Não como agora, que a gente já tem um pouco mais de maturidade para pensar não só em arrecadação, mas em um modelo de gestão e captação de recursos, com entradas permanentes de recursos, com um balanço de onde entra dinheiro, onde não entra, onde a gente gasta, mas tinha um sentido bastante no início de arrecadar. Porque o nosso objetivo ali, em 2013, passava muito longe de remunerar uma redação, então o dinheiro entrava: "oh, isso aqui dá para a gente imprimir mais 100 revistas, mais 200 revistas". Então, nesse primeiro início, era a lógica de vamos pegar para já gastar em imprimir revista. Hoje a gente está qualificando um pouco mais esse debate, acho que pelo fato de bastante gente ter participado dessa parte, hoje a gente está um pouco mais maduro. Não adianta fazer uma festa e gastar tudo em papel se no ano seguinte a gente não vai ter dinheiro para pagar a internet, então a gente está evoluindo um pouco no debate. Mas eu participei das festas para arrecadar dinheiro, a gente já bateu na porta de agência de publicidade, de anunciantes.

[interrupção]

**Paulo Motoryn:** Não, então é isso. Eu participei bastante e acho que a gente já tentou muitas formas diferentes, de reunião que eu fui com o João em 2013 na AlmapBBDO, uma das maiores agências de publicidade de São Paulo, a gente naquele início achando que nossa ideia poderia ter algum tipo de... cativar eles e percebemos logo de início que quebramos a cara. Passamos na Augusta ali, inclusive o Deco [André Napchan] participou também, de a gente batendo na porta de estúdio de tatuagem, de loja, de... já tentamos de muitas formas, algumas delas deram certo, outras não. Hoje a tarefa que a gente tá

entendendo, esses quatro anos, o que deu certo e o que não deu e tentar fechar um modelo para além de ficar arrecadando e gastando, entender como a longo prazo isso pode funcionar.

**Pesquisadora:** Ao longo desse período que entraram, eles não são suficientes para sustentar todas as atividades, né? Quais são as que têm cobertura e as que não têm cobertura?

**Paulo Motoryn:** Acabou que funcionou a entrada de recursos, o grosso dela, principalmente nos últimos dois anos, ela funcionou para financiar projetos específicos. Teve o Copa em 2014, que a gente conseguiu levantar fundos para produzir o projeto do Copa. Teve o edital Redes e Ruas, do começo de 2015, que a gente recebeu o dinheiro, quem recebeu o dinheiro foram as pessoas que produziram, as atividades no Grajaú, e também gastamos dinheiro com os equipamentos. Em 2016, acabou de cair hoje o dinheiro do Redes e Ruas, mas também vai financiar esse projeto em específico. A impressão da quinta e da sexta edição da revista também foi financiada por edital, não para a remuneração de pessoas, mas para impressão. Então a entrada de recursos, ela se deu já nesse modelo, para financiar projetos específicos... Ah, projetos de reportagem para outros eventos, né? Freelancer, a gente fez para outros veículos. Para *Carta Capital* vendeu um freela específico, para *Carta Maior* a gente vendeu um especial sobre as ocupações de moradia em São Paulo.

**Pesquisadora:** Isso quando mais ou menos?

**Paulo Motoryn:** A *Carta Maior* foi em 2014, um especial sobre as ocupações de moradia no início de 2014. E para *Carta Capital* aconteceu, se não me engano, em 2015, no início de 2015. Que também era sobre ocupação de moradia, uma reportagem que a Patrícia fez. Mas também, de novo, foram para coisas pontuais, não existe, não existiu até agora um dinheiro que entrou que fosse para financiar as atividades do dia a dia, burocráticas. O que pode acontecer é o edital do Pontos de Mídia Livre, que ele é um prêmio, não é um edital de projeto. E esse prêmio, ele dá liberdade para a gente usar o dinheiro como quiser, e aí podendo apostar em usar o dinheiro em coisas mais de longo prazo, diárias e tal. Mas é isso, funciona na base dos projetos.

**Pesquisadora:** Entendi. Você participou do processo de articulação das diferentes sedes que vocês tiveram ao longo do tempo? De articulação para viabilizar as sedes, no caso.

**Paulo Motoryn:** Sim, primeiro a não-sede. Que era a gente nas universidades em 2013. Se reunindo na PUC, nos Centros Acadêmicos... Até que a gente conseguiu a primeira casa no Butantã, que é ali na altura da Eliseu, no Butantã um pouco mais na direção que a gente foi hoje do que lá pra USP. Ficamos lá porque uma das pessoas do coletivo já tinha

estagiado lá na assessoria de imprensa, trabalhava com educação, conhecia a Vaidapé, conseguiu alugar uma das salas a um preço bem camarada. E era um espaço bem interessante porque a gente conseguia produzir alguns eventos lá, então a gente deu algumas festas, churrasco e as maiores reuniões da Vaidapé foram nessa casa. Tinha um espaço bem amplo. Até que, no meio de 2014, a gente conseguiu viabilizar o projeto do Copa e aí passou cerca de um mês, dois meses em uma outra casa emprestada, fazia parte do acordo que a gente produzisse o projeto do Copa na casa dessa mulher, que era a doadora. E aí emprestou a casa e investiu uma grana também no projeto. Investiu não, doou uma grana para o projeto, que é uma mulher militante, foi da resistência armada na ditadura e tal e que financiou o Copa. Depois disso, a gente pingou um pouco por alguns lugares. Teve uma casa na [incompreensível], que emprestaram os fundos para a gente, que é também aqui em Perdizes, perto da PUC. Aí voltamos por uma época para a primeira casa do Butantã, a gente deu aquelas festas e tal, mas era um momento, já um ano e meio, a gente estava sem grana, sem entrada de recursos, tivemos que ir para a casa do João, onde está a Vaidapé até hoje. Não por opção, mas por falta de opção. E a verdade é que as articulações para conseguir os espaços foram muito importantes, porque fizeram o projeto decolar mesmo, a gente conseguiu fazer reuniões grandes nos espaços que a gente esteve, hoje em dia o espaço é um pouco mais reduzido, então as reuniões dão vinte pessoas, quinze pessoas e já não cabe mais ninguém. Para além disso, a gente conseguiu ter um espaço de trazer pautas, entrevistados, para dentro da Vaidapé. Então, na primeira casa lá no Butantã, a gente fez um projeto que chamava "Vaidapé no quintal", que a gente levava um convidado, na verdade acabou tendo só uma edição, mas foi muito foda e até hoje repercute. A gente levou a Laerte e quatro entrevistadoras trans que discutiam a questão de gênero, e fizemos dentro da nossa redação. No Copa, o projeto consistia basicamente nisso, né? Em receber entrevistados e coletivos para a produção de conteúdo e tal. Então a gente acha importante ter um espaço, sempre deu retorno, mas no momento a gente está nesse impasse, nessa tentativa de sair, com segurança, porque os contratos de aluguel são de no mínimo 24 meses, 30 meses, e para um coletivo de mídia se responsabilizar, ainda mais sem grana, é difícil. Então a gente quer sair, mas precisa ver exatamente como é que vai ser a operação.

**Pesquisadora:** Entendi, e nesses diferentes espaços tinha alguma contrapartida para o uso do espaço?

**Paulo Motoryn:** Na verdade, era o pagamento, né? Na primeira casa do Butantã, a gente pagava acho que 600 reais, 500 reais, não lembro

exatamente. Mas uma ajuda de custo para colaborar na limpeza no espaço, pra o aluguel também. Mas contrapartida, não. Depois no Copa era um [incompreensível] doado mesmo, era para a gente tocar o projeto, a mulher adorou a ideia do projeto e comprou a ideia, investiu na ideia, doou para a ideia. Mas não, contrapartida era o aluguel mesmo.

**Pesquisadora:** Ok. Sobre a frequência com que a equipe se reúne, a frequência de produção de conteúdo. Você poderia comentar um pouco como isso funcionou desde a sua entrada até hoje? Como isso tem funcionado?

**Paulo Motoryn:** Bom, no início dá até para fazer uma pesquisa, descendo na timeline. Mas no início, o ritmo, a frequência de publicação era regular, para frequente, mas com poucos conteúdos autorais, né? Muito conteúdo compartilhado, pouca coisa produzida. No começo de 2013, a gente começa a ter mais conteúdo autoral, até que em junho, julho explode e a gente consegue começar a fazer as reuniões semanais na PUC com mais frequência e a partir do meio de 2013 até 2014, 2015...vai, 2014 principalmente, a gente teve um auge de frequência de produção, na minha opinião, e provavelmente se a gente for olhar os dados do site é isso que acontece, no mínimo de publicações autorais. Porque tinham muitos estudantes fazendo trabalhos para as disciplinas da universidade, da PUC, na USP, do Mackenzie, e a gente aproveitava muito o material desses estudantes que faziam para as disciplinas, eles mandavam para a gente e a gente publicava no site. E a gente conseguiu ter uma média de publicação, com essas publicações de estudantes de jornalismo, de duas reportagens autorais no dia. Tinha uma frequência bem bacana. Ainda que alguns conteúdos esteticamente ou editorialmente não fossem tão bons, a gente tinha muitas vezes ali conseguindo se expressar pela Vaidapé. Foi uma época antes de dar aquela crise de falta de meninas na redação e tal, foi uma época que tinha bastante mulher participando das reuniões e tal, nesse primeiro momento foi bem bacana. Depois acho que 2014 para 2015, eu acho que as publicações começam a decair um pouco do volume, mas editorial e esteticamente cada vez melhores. Acredito que também pelo acúmulo que as pessoas do coletivo foram criando, também pela diminuição dessa lógica do "ah, vou mandar um texto, nunca mais participo e a gente vai publicar", a gente começou a ter um processo mais orgânico, de revisar junto, de editar junto, e isso implicava que as pessoas não fossem só em uma reunião na universidade, mas que tivessem mais por dentro da lógica da Vaidapé, para que com isso a gente conseguisse alinhar melhor o que a gente gostaria de ver publicado, que tipo de conteúdo a gente gostaria que sáísse. Então foi um processo ao mesmo

tempo que proposital, de... Não sei se proposital, mas um processo consciente da gente tá diminuindo o volume de postagens. Bom, enfim, perdi um pouco o meu raciocínio. Mas hoje, até que chegou nesse ano de 2016 em que o número de postagem talvez seja o mais baixo de todos, mas a audiência, a relevância e a qualidade estética e editorial são cada vez melhores, do que sai. Então, em março de 2016, apesar de uma desarticulação grande do coletivo, uma incapacidade de se reunir, a gente teve vídeo no Facebook com milhões de visualizações sobre as ocupações secundaristas, vídeos autorais, dormindo nas ocupações, estivemos presentes, ganhamos relevância dentro do movimento social, participamos de espaços de construção política da cidade, cada vez mais coletivos e movimentos reconhecendo nosso trabalho, em função da cobertura dos secundaristas e outras coberturas que aconteceram ao longo do ano, que foram poucas, mas foram cada vez melhores. Acho que a gente, nenhum dos dois exemplos, nem o de 2014, que a gente tinha um volume grande de postagem, e muita coisa fugia do controle, coisa que a gente nem concordava ou lia direito o que estava na Vaidapé, e nem tão ao extremo hoje de a gente estar em um preciosismo tão grande com a informação de que não consegue mais ter um volume de frequência de postagem compatível com o que são aceitos mesmo, né? Não adianta você postar um conteúdo a cada um mês e nos 29 dias que ninguém entrou na sua página, você perde sua audiência. Então tem a necessidade, né? De produzir, não tudo instantâneo, mas de produzir com mais frequência. Eu acho que o ideal seria a gente conseguir ter essa mediação entre esses dois momentos, um de preciosismo... Não sei se preciosismo é a palavra, mas de trabalhar com mais profundidade, cuidado nas coisas, e o segundo de conseguir abrir para colaboração e ter um volume bacana de postagem.

**Pesquisadora:** E em relação às reuniões para planejamento de produção?

**Paulo Motoryn:** Então, as reuniões de pauta acho que aconteceram como nunca nessa fase das reuniões na PUC, semanais, quando a gente não tinha espaço.

**Pesquisadora:** Em 2013 isso?

**Paulo Motoryn:** Em 2013, a partir de junho, ali foi que começou. Foi mais para o meio de 2013. Principalmente junho, que fez a galera se empolgar em participar. Porque eu passei o mês de julho fora em 2013 e não teve problema que não teve reunião e tal, mas voltou agosto e o pessoal estava com muito sangue nos olhos, com reuniões enormes e tal. E isso obrigava, uma vez por semana que a Vaidapé se encontrava, isso obrigava que gente falasse muito sobre as pautas, sobre o que iria sair na

semana. E isso acabou se diluindo quando a gente começou a ter um ritmo de trabalho diário, né? De estar sempre junto. Que aí a gente passou a delimitar menos o que era uma reunião de pauta e o que era uma troca de ideias e o que era a dinâmica e o fluxo normal de trabalho. Ficou mais diluído. Você tá discutindo uma pauta, eu tô fazendo, mas não passou em uma reunião: "ah, as pautas da semana serão essas". A gente acabou perdendo um pouco essa dinâmica da reunião de pauta, que na minha opinião, faz falta. Mas também é porque tem menos jornalistas do que tinha lá em 2013, menos gente com tempo e no início da universidade, como essa galera de 2013, e eu inclusive estava. Mas é isso as reuniões de pauta mesmo se perderam um pouco nesse processo de sair da PUC, ter uma redação. Ainda rola, mas elas aconteciam mais religiosamente antes.

**Pesquisadora:** Entendi. Sobre isso da frequência que a gente conversava antes, pensando em categorias diária, semanal e mensal, você acha que se aproximaria mais de qual? A produção.

**Paulo Motoryn:** A produção da Vaidapé hoje?

**Pesquisadora:** É.

**Paulo Motoryn:** Acho que uma produção semanal. Acho que é difícil ter uma semana não tenha um conteúdo autoral, pode ser que tenha, mas quando tem quer dizer nas outras... Mas, às vezes... É que hoje tem coisa que a gente só compartilha, passa a semana inteira só fazendo uma curadoria do conteúdo que sai e lança. Então tem semana que a gente não publicou nada, mas a gente conseguiu influenciar o debate muito, que a gente fez uma curadoria legal de postagens, ninguém entrevistou ninguém, ninguém escreveu nada e só... mas é um trabalho também que tem valor. Eu pelo menos... Eu sei que tem gente que está muito incomodado com esse fato da Vaidapé não estar produzindo com tanta frequência, mas eu acho que a gente ganhou um acúmulo nesses últimos anos da capacidade de fazer uma curadoria bacana da Internet, um domínio de quem são as vozes que produzem conteúdo de qualidade, com informação bem apurada, com foco na defesa dos direitos humanos. A gente tem um mapeamento mental muito, muito bom, de quem produz coisa bacana. Então, às vezes, a frequência das nossas postagens autorais são baixas, mas a gente tem uma semana de ótima audiência nas redes, porque conseguimos fazer o trabalho de curadoria.

**Pesquisadora:** Passando agora para algumas questões sobre a sua participação individualmente, a sua rotina, digamos assim. Você se identifica com alguma função específica dentro do coletivo?

**Paulo Motoryn:** Não, inclusive eu estou fazendo um processo seletivo agora para um curso que eu não consigo definir, como eu defino, né? É

lógico que existem algumas funções que eu exerço, mas definir cargo foi uma coisa que a gente nunca fez. Então, quando tem que formalizar, dar um nome, é sempre complicado. Mas eu tenho funções de edição, de revisão, de produção de texto, de pensar nesse núcleo de educomunicação que está se formando, então é tanta coisa que é difícil colocar um nome no cargo.

**Pesquisadora:** Quantas horas, em média, você se dedica às atividades do coletivo por semana? Se isso muda muito no tempo, aí eu gostaria que você comentasse os diferentes momentos.

**Paulo Motoryn:** Nossa, difícil, bem difícil. Deixa eu pensar. É, a Vaidapé também tem uma coisa que ela se confunde com duas outras áreas da minha vida, que é a militância pura e simples, de fazer política, se colocar em contato com pessoas e situações para tentar transformar as coisas, e também com o círculo de pessoas, de amizades que eu criei ao longo dos últimos cinco, seis anos. Então, basicamente são muitas as horas que teoricamente eu não estou fazendo nada específico para a Vaidapé, trabalhando, mas estou também, porque estou fazendo uma conversa com uma pessoa do coletivo, ou estou a partir da minha posição do coletivo conversando com outras pessoas da cidade. Então, não é tão simples dizer: "ah essa é minha hora de trabalho". Por entender que a Vaidapé é política e política é tudo, eu sair na rua, o fato de eu como [outras pessoas?] ter uma tatuagem, ou de saber, se identificar como Vaidapé, meio que: "será que a gente tá trabalhando nesse momento? ou não?". Mas enfim, depois da reflexão, acho que mais na prática hoje o meu nível de dedicação diária é de duas, três horas. Já foi maior, acho que em 2014 talvez tenha chegado ao auge, que eu estava no último ano de universidade, com pouca tarefa acadêmica, e com disponibilidade para fazer. Então foi um ano que a gente mergulhou muito nas coberturas, foi o ano do Copa, e talvez ali eu tenha chegado a ter uma carga horária de oito horas trampando, mexendo no site, editando coisa, diagramando. Hoje, desde que eu voltei de Brasília, eu não voltei ao mesmo ritmo. Todo mundo desde então tirou o pé, justamente por ganhar dinheiro com outras coisas, ou outros interesses, né? Mas acho que hoje eu fico entre duas, três horas de dedicação.

**Pesquisadora:** Incluindo final de semana ou só durante a semana?

**Paulo Motoryn:** Ah, rola coisa de final de semana. Tem bastante atividade... esse semestre eu acabei que não fiz muito isso, também por questões pessoais. Mas boa parte das atividades, dos movimentos, dos coletivos acontece no final de semana. Então muita reunião, muitos shows, as coisas que a gente cobre e mesmo de participar e encontrar com outras pessoas, reuniões mais políticas e tal, foram muitos finais de



semana doados aí à causa. Esse ano não tanto, mas acontece aí do fim de semana entrar na conta.

**Pesquisadora:** Sobre esse período que você comentou que você ficou em Brasília, você manteve à distância, alguma atividade, algum envolvimento?

**Paulo Motoryn:** Então, eu fui para Brasília... Os últimos governos aí Lula, Dilma, tiveram uma postura de trazer algumas pessoas dos movimentos para dentro do governo, né? E essas pessoas lá dentro do governo estavam como Governo Federal, mas estavam também representando seus movimentos, os movimentos sindical, sem terra, estudantil. E a minha ida para lá acho que não foi nesse molde, porque não era o objetivo do meu coletivo que eu estivesse lá. Por exemplo, o MST queria ter alguém no Ministério do Desenvolvimento Agrário para influenciar política agrária do país. Não era o objetivo da Vaidapé que eu estivesse na Secretaria de Juventude para influenciar a política de comunicação e de juventude no Brasil. Então eu fui para lá e me desliguei da Vaidapé, falava que eu não participava mais, por estar nessa função, mas não deixei de produzir. Na verdade produzi... Inclusive uma das melhores matérias que eu já escrevi, eu escrevi meu nome em um anagrama, um nome falso. Eu estava em Brasília, escrevi uma matéria sobre o que a gente chamou de Bancada da Jaula, que eram deputados federais que estavam recebendo dinheiro de empresas de gestão de presídios privados e que estavam na comissão de votação da redução de maioria penal. E eu fiz um levantamento, uma reportagem que repercutiu pra caramba em vários veículos e assinei com um nome falso. Então não deixei de participar, mas formalmente sim, deixei.

**Pesquisadora:** Entendi. As tarefas que você comentou antes, que você se envolve mais. Você poderia descrever mais ou menos como funciona a sua rotina cumprindo essas tarefas? [inaudível]

**Paulo Motoryn:** Bom, a gente tem um grupo pequeno de pessoas hoje em dia que está na função de edição e revisão de texto. A gente tem um volume considerável de colaboração externa, tanto de um círculo de relação mais próxima, quanto de colaboradores mais distantes e isso acaba sendo distribuído entre essas três, quatro pessoas que hoje estão mais ativas nessa tarefa. Somando essas pessoas, eu acabo pegando as colaborações, fazendo edição e revisão, dialogando com as pessoas que produziram, diagramando e fazendo a publicação e divulgação nas redes. Nessa parte, mais de conteúdo. Eu fico mais nisso até, vira e mexe me aventuro com câmera e tal, mas minha função mais regular é essa. E agora os últimos meses eu estou me empenhando na criação de um núcleo de educomunicação na Vaidapé, que se mistura com alguns

projetos individuais que eu tive nos últimos anos de dar aula e, na verdade, eu ainda não tenho muita função, mas é algo que gente está para realizar pro ano que vem, uma ideia mais consolidada de incidência nas escolas e trabalhar com comunicação com a pedagogia e tal. Mas basicamente nesse ano, a minha função foi edição e revisão de texto. Ah, e também produção, né? Fiz algumas reportagens, entrevistas e a função de jornalista mesmo que eu continuo fazendo e não pretendo parar.

**Pesquisadora:** Atualmente você concilia algum outro tipo de ocupação, como estudo, trabalho, com a dedicação ao coletivo?

**Paulo Motoryn:** Sim, apesar de estar formado eu estou em alguns processos seletivos de mestrado e faço alguns outros trabalhos menos convencionais, não que a Vaidapé seja muito convencional, mas ainda menos convencionais para garantir o mínimo de dinheiro. Mas tem outros freelas e outras coisas que eu faço.

**Pesquisadora:** De forma geral, a partir da sua experiência no coletivo, como que você avalia o modelo de organização que foi desenvolvido pela

Vaidapé?

**Paulo Motoryn:** Eu avalio como... Bom, tem prós e contras, né? Eu avalio como bem-sucedido, em certa medida, por conseguir, por pelo menos tentar desconstruir a relação promíscua de hierarquização que existe nas redações e de controle do conteúdo que é produzido. Uma forma mais democrática de edição, de edições coletivas, principalmente no processo da revista, acho que o modelo de organização, ele está conseguindo fazer isso, propiciar esses momentos mais democráticos de definição do que deve ser produzido ou não. Mas, logicamente, tem alguns problemas, a gente se definir como horizontal, autônomo e tal, às vezes, isso acaba mascarando um processo de liderança e coordenação que realmente existem, né? E que, na minha opinião, a gente não deveria negar, mas reconhecer e não ver tanto problema na liderança quando ela não exerce um tipo de opressão e controle sobre as pessoas. Então, em algum momento... esse modelo de organização tem um ponto negativo, porque em alguns momentos fica pouco nítido o processo decisório, as coisas acabam sendo decididas ou individualmente ou bilaterais e esse é um problema grave. Mas eu acredito que a parte boa, de a gente conseguir conferir autonomia para as pessoas do coletivo, uma liberdade maior de expressão e de posicionamento interno e de questionamento das figuras que estão ali, acho que tudo isso vale mais a pena do que essa parte ruim, claro, mas que eu acho que todos os movimentos horizontais enfrentam, de às vezes esbarrar nessa coisa da pouca nitidez do processo de decisão, de liderança. Talvez se a gente fosse mais honesto, de que a horizontalidade existe e a liderança existe e elas não

são inimigas, a coordenação existe e não é inimiga da horizontalidade, acho que a gente tem que ir para esse caminho. Acho que, às vezes, a gente fica muito em uma dicotomia, existe o coordenador de edição da Vaidapé, então não é mais um coletivo horizontal. Não, mas espera, essa é uma função que tem que ser cumprida... Então acho que a gente está nesse processo de tentar ver onde estão os vícios e erros do nosso modelo horizontal, né, teoricamente, e tentar aprimorar. Mas tenho certeza que todo mundo vai falar críticas ao nosso modelo de organização, mas pouca gente sugeriria: "ah, então vamos ter um editor-chefe, não sei o quê, um diretor de redação", certeza que isso não aconteceria. Talvez, a gente tem acordo em algumas críticas que a gente faz ao modelo de organização, mas eu acho que desconstruir completamente o que a gente fez até aqui não seria bacana, porque tem muita virtude na forma como a gente se organiza.

**Pesquisadora:** Você comentou mais cedo durante o debate na escola com os alunos, falando da sua experiência no Lance, né? que havia um problema naquela forma de organização. Você poderia me contar mais sobre qual é o problema que você vê, que você viu?

**Paulo Motoryn:** Então, eu citei dois problemas. Eu acho que o mais marcante que se relaciona com o que a gente estava falando agora é a coisa da edição, de como funciona a edição em uma redação convencional. O processo de edição de texto e a seleção mesmo de tudo o que sai no jornal e de tudo o que é publicado. É que lá existia um processo muito pouco transparente, de muito pouco diálogo na edição. Era uma redação com, sei lá, vinte repórteres, cinco editores, e a partir que um repórter liberava o texto e enviava o texto para os editores para que isso fosse encaixado no jornal, os editores tinham liberdade total para edição do texto e eles não devolviam o texto aos repórteres para que houvesse um diálogo e que as transformações que o editor fizessem fossem compreendidas pelo repórter, e que isso fosse debatido e que daquilo pudesse sair um aprendizado e enfim. O que acontecia era um modelo de edição bastante autoritário que, na minha opinião, da vivência que eu tenho no Lance e de conversar com outros jornalistas experientes em redação, também é disso, né? de sob a desculpa de que o tempo é apertado, de que o fechamento é corrido, o repórter nem tem acesso ao texto dele editado. Para mim, como jornalista de texto, isso é muito duro, principalmente para quem encara o jornalismo como um espaço de exercer sua liberdade de expressão. Então, quando você é surpreendido no dia seguinte por uma edição que não te agrada do seu texto, assinado, muitas vezes tinha até foto no Lance, sua cara, e, pô, eu não quis dizer isso. Então esse dilema ético, de uma edição autoritária e

pouco transparente, que eu acho que é um modelo, uma prática das redações convencionais, foi o que mais me incomodou nessa primeira experiência no jornalismo corporativo, e que assim que eu entrei na Vaidapé, eu tinha certeza que não era dessa forma que eu queria construir, que a gente deveria construir. E até hoje, ainda que muita coisa tenha mudado, o coletivo não seja mais tão aberto assim, isso é uma coisa que se preserva. Até hoje – lógico que nesses quatro anos teve texto que a gente acabou não avisando não sei quem que mudou –, mas até hoje é quase sagrado você não alterar loucamente o texto de uma pessoa e não avisar, isso não faz o menor sentido. E é prática, né? É o que acontece na cultura das redações.

**Pesquisadora:** Na sua avaliação, qual que é o principal diferencial do modelo de organização da Vaidapé para o modelo convencional? Seria esse aspecto que você mencionou agora?

**Paulo Motoryn:** É, eu acho que é isso. Para mim a edição, a forma com que é definido e tratado o conteúdo que vai sair, se ela acontece de uma forma autoritária, não tem como o conteúdo não reproduzir isso. Então eu acho que é o principal ponto.

**Pesquisadora:** Você, antes falando sobre o modelo de organização da Vaidapé, você falou em prós e contras. Você veria essa relação de vantagens e desvantagens também em relação ao modelo que geralmente se adota no modelo de jornalismo convencional? Tem algum aspecto desse modelo convencional que você acredita que teria um efeito positivo se aplicado na Vaidapé?

**Paulo Motoryn:** Sim. Eu acredito que a dinâmica e o fluxo de trabalho nas redações convencionais, apesar de problemas graves, tem algumas coisas que deveriam ser incorporadas pelas redações da mídia alternativa. Principalmente no que se refere a agilidade, não a agilidade simplesmente pela velocidade, mas combater um pouco da morosidade que existe nos espaços, nas redações da mídia alternativa. Eu acho que à dinâmica... Não sou favorável à dinâmica do jornalismo industrial, do hardnews e tal, mas eu acho que a experiência de se produzir textos, produzir conteúdo de forma ágil, de entender que uma reportagem profunda pode também ser feita em um dia, você consegue, se você tiver uma dinâmica de trabalho forte, você consegue ter acesso a várias fontes, você consegue apurar dados, construir textos, fazer infográfico em um dia. Sim, é possível. A gente tem muitas críticas à forma com que os grandes jornais, os grandes veículos publicam, mas tem muita coisa boa produzida de um dia pro outro. Então fica... A minha opinião é que o modelo de organização tradicional, ele poderia trazer um pouco dessa agilidade para o jornalismo alternativo, que acaba associando: "ah,

reportagem profunda é só o que você passa um mês em uma imersão e em uma vivência e não sei o quê". Enquanto esse repórter está há um mês nessa vivência, entendendo tudo, um outro repórter já escreveu trinta reportagens e trabalhando para caralho, boas, e que tá influenciando muito mais a cabeça das pessoas. Então eu acho que tem que encontrar uma medida entre o que é um trabalho de profundidade, bem apurado e calmo, como a gente faz apologia na Vaidapé, como muitos veículos da mídia independente fazem, mas também entender que as pessoas estão consumindo informação a todo momento e que a gente tem que disputar essas consciências, essas mentes e se a gente ficar só em um ritmo de trabalho do ideal, em que o repórter da Piauí passou cinco meses fazendo a reportagem sobre as benzedeadas de não sei onde, sabe? Isso é uma coisa que me incomoda na mídia alternativa, a gente precisa estar disputando o tempo inteiro. Fica muito o preciosismo de a matéria perfeita, com as palavras mais lindas e maravilhosas, e enquanto isso as pessoas estão consumindo os mesmos conteúdos de sempre e tal. Então, acho que talvez isso seja o pró desse modelo.

**Pesquisadora:** Como você tá de tempo, a gente pode seguir para mais umas questões sobre o Copa?

**Paulo Motoryn:** Pode seguir.

**Pesquisadora:** Você participou da concepção do projeto, certo? O que motivou a iniciativa?

**Paulo Motoryn:** O que motivou a iniciativa. Nossa, eu lembro do dia da ideia do Copa. Mas o que motivou era, bom a gente vivia antes da Copa do Mundo um processo de ansiedade muito grande com o que ia acontecer na Copa. Desde antes de 2013, né, já tinha o: "imagina na Copa", "imagina na Copa" e explode junho de 2013, todo mundo: "caramba, imagina se isso acontece na Copa?". E realmente começou a se gestar um movimento contra a Copa: "Não vai ter Copa" e enfim, a tensão social lá em cima, e a gente super afetado por essas mobilizações de rua, em 2013 a gente acompanhou muito e em 2014 a gente estava ainda mais presente, mais experiente para acompanhar os atos e tal. E toda essa expectativa nos motivou a pensar um projeto de cobertura especial, né? A Copa estava acontecendo no Brasil e o que a gente vai fazer? Qual vai ser o nosso projeto de cobertura? E a gente estava em um momento justamente de, aquele primeiro ano de Vaidapé, de reconhecer o ecossistema que a gente fazia parte. Foi ali no começo de 2014 que a gente passou a se relacionar com outros coletivos de mídia da cidade, que a gente passou a fazer alguns projetos de parceria de conteúdo com o Outras Palavras, com o Guerrilha, que não existe mais

hoje em dia. Então a gente estava em um momento de muita animação em constituir essa rede, ao mesmo tempo que muita expectativa com o que ia acontecer no país na Copa, né? Então foi uma ideia que acabou unindo esses dois momentos da Vaidapé, um momento de militância, de estar acompanhando a conjuntura e tal, com esse segundo momento de uma articulação mais real, e a gente estava empolgado em fazer essa articulação com outros veículos de mídia. E a ideia era em primeiro lugar era fazer na rua, fazer em um espaço público. Uma ideia meio viagem, assim, mas a gente tinha pensado já em uma ocupação para além de comunicação, cultura, não sei o quê. Acabou que o que se viabilizou foi a gente ter conseguido uma casa, conseguido sediar quatro entrevistas coletivas com a participação dos coletivos da cidade entrevistando, alguns dias de dinâmica de trabalho coletivo. Acabou que se viabilizou em cima da hora, que não teve uma dinâmica diária de todos os coletivos lá, mas nós fizemos quatro entrevistas coletivas durante a Copa, com quem a gente julgava serem quatro personagens, atores políticos fundamentais, que eram o MPL, o Passe Livre que fez a única manifestação de rua, que conseguiu sair do lugar durante a Copa do Mundo, que aconteceu que a Copa foi um show de suspensão de direitos civis e o que acontecia era que as manifestações não podiam sair nem da concentração, teve a história do “Caldeirão de Hamburgo”, que eles cercavam as manifestações e não podia sair. A única que saiu foi do MPL, no dia 19 de junho de 2014. Então foi o MPL, o MTST, que tinha acabado, o Guilherme Boulos do MTST, que tinha acabado de travar uma jornada de lutas pela aprovação do Plano Diretor da cidade com pautas de movimentos sem-teto e ocupado um terreno do lado do estádio de Itaquera, que era onde ia ser a abertura da Copa, que era a Ocupação Copa do Povo. E a jornada de lutas deles acabou garantindo a aprovação de um Plano Diretor com pautas dos movimentos sociais e também a regularização do terreno da ocupação Copa do Povo. O Juca Kfourri, que foi o convidado do Roda Viva, no dia 10 de junho de 2014, o Roda Vida da TV Cultura, e no mesmo dia 10 ele fez um Roda Viva com a mídia alternativa, poucas horas antes, transmitido ao vivo, com 12 mil pessoas de audiência, mas muito simbólico, e ele fala na entrevista: "olha que engraçado eu vou estar daqui a pouco em uma Roda Viva, muito parecida com essa, só que eu lá na TV Cultura, com os jornalistas da IstoÉ, da Veja". E o Juca é uma referência no jornalismo esportivo justamente por conseguir conectar o debate do futebol com questões sociais e tal. E o Pablo Ortellado, que é um ativista, mas também um intelectual da cidade que faz boa parte da concepção ideológica do MPL em São Paulo, que é autor de livro sobre os Black Blocs, então é uma

pessoa que corresponde bastante ao pensamento autonomista, que com muita força em 2014 justamente porque uma parcela mais tradicional da esquerda estava na defesa do processo da Copa do Mundo, ainda que ele tenha gerado uma série de suspensões de direitos civis e tal. Então, o que tava muito em pauta, quem são esses Black Blocs quebrando tudo na rua. Então, a gente conseguiu levar quatro personagens muito fortes, as entrevistas coletivas, todas elas cheias, com representações de outros coletivos. Então, não teve aquela dinâmica do todo dia, foi uma coisa viabilizada em cima da hora, mas foi... Ah, nem lembro qual que era a sua pergunta, já contei milhares de coisas do Copa.

**Pesquisadora:** Não, mas tá valendo. Para completar eu queria que você descrevesse um pouco como foi a sua rotina no projeto. Você participou de todas essas entrevistas que você comentou. Como que era mais ou menos a rotina?

**Paulo Motoryn:** No caso, eu era vizinho da casa onde era o Copa, então acho que eu passei os trinta dias lá mesmo. Bom, eu tive um papel bastante de coordenação da agenda, que teve uma agenda pré-copa, que foi da articulação com os coletivos de comunicação, para a gente ter uma inserção bacana deles no projeto, não só de acompanhar o que a gente estava fazendo, mas também de ter uma presença, de protagonismo daquilo. Aí em um segundo de definição da agenda do Copa. Eu quero resgatar isso, eu não sei direito como fazer, mas a gente precisa retomar esse site e também dar uma pesquisada em como foi. Mas foi uma agenda muito completa. Para além dessas quatro atividades, a gente levou indígena para lá, levou um jovem que tinha sido preso na manifestação do dia anterior dos metroviários, levou discussão de homofobia no futebol, teve uma discussão sobre prostituição durante a Copa do Mundo, teve uma mesa sobre literatura e futebol. Em um período muito curto de tempo, a gente conseguiu... Era uma casa movimentada, nem todas as atividades vinham todos os coletivos de fora, ou vinha muita gente, mas a gente conseguiu fazer uma agenda para aquela redação compartilhada que foi muito rica, muito rica mesmo. E a minha função, mais do que produção de texto e de edição e revisão de conteúdo, que eu costumo fazer, foi dessa articulação, produção mesmo das atividades. Tivemos oficina de segurança e privacidade nas redes com o Bernardo Gutiérrez, que era um cara lá do 15M da Espanha, veio falar sobre tecnologia. Teve muita coisa legal, agora eu não tenho de cabeça, mas conseguiu fazer essa agenda e eu fiquei bem nessa tarefa assim de articular, mais do que produzir conteúdo.

**Pesquisadora:** Você comentou do site. Atualmente o site está fora do ar?

**Paulo Motoryn:** Tá fora do ar, mas eu acho que é tipo a gente não pagou o provedor, mas está lá, um lugarzinho que tem os conteúdos. Tem um canal do Youtube, inclusive eu entrei outro dia. Tem muita coisa legal produzida. Tenho certeza que, sei lá, aconteceu tanta coisa em 2016 que a Copa ficou até em segundo plano, né? Mas eu acho que daqui a um tempo a gente vai olhar para trás e vai ter [inaudível] importante. Os principais movimentos sociais durante a Copa do Mundo, com entrevistas de duas horas para coletivos de mídia da época, explicando tim-tim por tim-tim o que foi aquele processo. Bom, não à toa isso foi o meu TCC, o Copa, um trabalho sobre a Copa do Mundo, com todas as entrevistas que a gente tinha feito. Mas é isso, acho que é um tema que vai voltar com certeza no futuro e vai estar na historiografia, ainda que não tenha explodido, o Brasil inteiro não tenha ficado sabendo como a gente por um momento achou que pudesse, que todo mundo ia colar no Copa e tal, acho que vai ser um material de pesquisa muito foda para o futuro.

**Pesquisadora:** De forma geral, pensando mais nessa questão de organização, estrutura, e o fato de ser uma estrutura compartilhada. Como que você avalia a experiência?

**Paulo Motoryn:** Eu avalio [como] muito positiva. Lógico que entendendo que não foi uma dinâmica diária de convivência, não foi na frequência que a gente esperava, mas os momentos que teve foram muito ricos. O que aconteceu foi produção de pautas com pessoas de mais de um coletivo, então gente da Vaidapé editando vídeo com o Correio da Cidadania, matéria da Vaidapé no A Nova Democracia do Rio, com foto da Rádio Várzea da USP, então gerou essa parte bacana de deixar a produção de conteúdo mais colaborativa e mais rica. Eu acho bacana essa coisa de dois veículos fazerem uma pauta. E acho que a questão de estrutura mesmo, de infraestrutura dos coletivos e dos recursos humanos. Eu tenho certeza que é um modelo – pode não ter engrenado para caramba no Copa, mas é um modelo que eu aposto muito, que é de otimizar recursos humanos e... Assim, se tem quatro ou cinco coletivos que têm o mínimo acordo sobre quais são as contradições da cidade, você não precisa de que esses cinco estejam em uma mesma remoção forçada de moradia na periferia. Se um deles estiver, de preferência o que mora mais próximo, que tem equipamento ali. Se um deles estiver e os outros derem apoio das suas bases, editando conteúdo que é mandado ao vivo, ou prestando qualquer tipo de auxílio, faz muito mais sentido. A gente não precisa... é o que eu falei um pouquinho



ali, eu não acho que a Vaidapé tem que ter uma capacidade de um dia cobrir se tiver cinco reintegrações de posse na cidade, ir para as cinco. Não acho. O que eu acho que cada bairro que tem a sua ocupação de moradia, que tem a perspectiva de invasão da PM em um terreno, tem que ter a sua Vaidapé, tem que estar organizado e principalmente articulado com pessoas de outras regiões e tal. Então, para equipamento e recursos humanos, para a gente que está no campo da comunicação, que não tem recurso nem humano nem financeiro, compartilhar é muito importante.

**Pesquisadora:** Você vê alguma desvantagem nisso de ter uma estrutura compartilhada?

**Paulo Motoryn:** Talvez, talvez. Se a gente for pensar em uma estrutura compartilhada com uma dinâmica fixa da estruturação dos coletivos. Os coletivos, eles são aqui, eu acho que perde uma dinâmica positiva da relação com o território. Por exemplo, se aqueles dez coletivos do Copa estivessem até hoje juntos, não ia ter o Periferia em Movimento fixado no Grajaú, o Correio da Cidadania fixado ali na região da Cracolândia, não ia ter o São Matheus em movimento fazendo o trampo deles em São Matheus. Estaria todo mundo lá, em um grau de compartilhamento de pautas fantástico, mas talvez com um descolamento da comunidade. A articulação com os coletivos acabam ficando tão forte que a articulação comunitária mesmo... Então, por exemplo, eu acho que a casa não era no Butantã, mas naquele mês a gente mal foi no CEU Butantã, não cobriu as pautas do bairro, a gente ficou em uma cobertura muito mais macro, olhando para a cidade com um olhar compartilhado com essas dez, e a nossa quebrada ali a gente não. Lógico que a gente não tinha um trabalho tão forte no bairro como é hoje e tal, mas eu acho que é um exemplo. Na época, a gente desencanou do Butantã porque a gente estava em uma dinâmica mais alta, vamos dizer assim. Eu acho que tem muitos positivos e talvez acho que seja o único ponto negativo, o distanciamento de onde o coletivo realmente existe no território. Que, na minha opinião, eu acho que, apesar das novas tecnologias e tal, esse movimento do midiativismo, do midialivrisimo, ele está muito ligado ao território, acho que as iniciativas mais bacanas que eu conheço, elas não são as que fazem reportagens maravilhosas sobre a conjuntura política, mas são as que têm capacidade de informar o tiroteio na Nova Holanda, no Morro do Alemão enquanto nenhuma outra iniciativa de comunicação tem, né? E consegue noticiar o tiroteio dialogando com quem tá lá no bairro, perguntando como estão as coisas, começando uma rede de solidariedade, justamente porque eles são dali. Então, eu acho importante essas articulações entre coletivos, mas o problema é

esquecer, abandonar, de certa forma, a base territorial de onde vem, do bairro, a vizinhança.

**Pesquisadora:** Ainda em relação à estrutura e organização nesse projeto, no Copa. Tem algum aspecto em específico que você acha que não funcionou bem?

[01:03:28.21] **Paulo** **Motoryn:** É...

**Pesquisadora:** Algo que poderia ser mudado, por exemplo, em uma experiência futura. Na sua visão.

**Paulo Motoryn:** Bom, eu acho que o que mais atrapalhou o projeto foi a localização. Entendendo que São Paulo é uma cidade com dificuldade de mobilidade, e que a gente queria não só trazer a mídia independente, mas trazer principalmente a mídia periférica, a mídia de bairros mais distantes, a gente acabou ficando muito circunscrito ao centro expandido de São Paulo. Os coletivos mais engajados politicamente, mas... Lógico que teve a participação do periferia em Movimento, de outras organizações, mas acho que o principal problema foi não ter tido essa visão de que as pessoas que moram na periferia têm dificuldade de acesso aos espaços e que você acaba excluindo, em função da localização e tal. Então acho que, em uma próxima vez, tem que tomar muito cuidado da localização do projeto. Porque... Tem uma, eu estava lendo uma tese de mestrado sobre mídias independentes feita aqui na FGV que cita a Vaidapé, eu pus no Google ali e acabei achando uma tese. E o cara entrevista o Thiago, que é o jornalista do Periferia em Movimento aqui de São Paulo, e ele transcreve uma frase do Thiago falando assim: "cara, eu estou aqui dando uma entrevista para você, para o seu projeto de pesquisa, vim até aqui, no centro da cidade, mas meu irmão, eu moro no Grajaú, nosso projeto não tem nenhum centavo, estamos fudidos. Você está aí de boa e o que eu vou ganhar dando uma entrevista para você?", é tipo, qual o meu retorno financeiro? Por que vale a pena? E ele coloca, e ele transcreveu essa frase no projeto. E aí fazendo uma analogia, por que valeria a pena para o Periferia em Movimento? Sem uma ajuda de custo para o cara vir, sem uma ajuda de custo para ele se alimentar, sem nenhuma perspectiva de viabilização financeira do trampo que ele vai fazer. Eles acharam a ideia maravilhosa, mas difícil de ir, né? Então é isso, eu acho que esses mecanismos de economia solidária, compartilhamentos, são importantes, mas a gente tem que sempre tomar cuidado para não precarizar o trabalho e conseguir incluir de forma equânime os diferentes atores que podem se envolver.

**Pesquisadora:** No caso, o investimento que vocês receberam nesse projeto não cobriu isso, não tinha como cobrir isso...

**Paulo Motoryn:** É, talvez se a gente pudesse ter pensado melhor. O que aconteceu foi que a gente definiu acho que eram três, quatro pessoas que iam ter responsabilidade de estar lá todos os dias para cuidar da casa, e essas pessoas ganharam uma ajuda de custo, teve para equipamento... Mas a gente não se ligou que para conseguir trazer tanto entrevistados, quanto coletivos de outras regiões, a gente precisava fazer com que o investimento fosse para isso. E acabou que não aconteceu. É um projeto que até hoje a galera reconhece, fui lá outro dia no Fundão, no M'Boi Mirim com o Isaac, que é um menino que foi uma vez do Copa, e ele estava contando para a galera de lá, a gente lembrou junto e ele contando para a galera de lá, lembrança super positiva do que aconteceu. Mas hoje, se a gente fosse fazer um projeto desse, a gente teria muito mais cuidado com a forma de inserir cada um dos coletivos. A gente teve uma postura de: "ah, todo mundo vai achar lindo e maravilhoso e vai colar" e muitos acharam, outros também, mas muitos não foram e tal.

**Pesquisadora:** Essa integração que você comentou antes de, por exemplo, deslocar só uma pessoa de um coletivo para uma cobertura, as outras ficarem em uma base. Você acha que isso aconteceu no projeto ou isso ainda ficou em uma perspectiva mais...

**Paulo Motoryn:** Não, isso aconteceu no início. O primeiro dia do Copa é didático para o que a gente queria para o projeto. A gente fez uma puta reunião na véspera da Copa do Mundo, e aí terminou a reunião com um e-mail disparado para todos os coletivos que era escala e saídas do Copa. Tipo: 10 da manhã João e Pedro do Guerrilha e da Vaidapé vão para tal lugar. Meio-dia essas pessoas vão estar na redação. Uma escala mesmo de trabalho envolvendo todos os coletivos e aí, realmente, a Rádio Várzea foi para a rua, tinha um da Vaidapé. O primeiro dia foi fantástico, era dez horas da manhã a gente já tinha três notas no site, já estava com uma transmissão ao vivo com os caras do Guerrilha e a gente. Depois ficou muito complicado para conseguir ter a dinâmica de reunião de pauta. A gente tinha proposto quase todo dia a noite, a gente vem para cá, e acabou que não dava certo, não dava certo. No fim, as pessoas estavam há uma semana sem ir na casa, mas deu muito certo esse primeiro dia, quando a gente resgatar esse site a gente vai ver. Dá até para ver no Twitter, a gente fez no Twitter isso. Mas foi muito foda, que a gente conseguiu colocar em prática. Era isso, o dia da abertura da Copa do Mundo em São Paulo, dez coletivos de mídia de São Paulo se organizaram e fizeram uma cobertura foda com transmissão ao vivo, foto em alta qualidade, mandava de Itaquera pra cá e a gente conseguia publicar na hora e tal. Então, lógico que no fim já nem rolava, esse e-

mail de escala e saídas teve no primeiro dia e nunca mais e tal. Mas é um modelinho do que a gente gostaria que fosse. E nesse primeiro dia funcionou, e depois por uma série de motivos acabou que não foi tão bem. Mas acho que foi bem bacana, a tentativa pelo menos.

**Pesquisadora:** Bom, tem algum aspecto da conversa toda no geral que você acrescentar, algo que eu não comentei que você acha que seria importante?

**Paulo Motoryn:** Olha, não sei, acho que talvez falar um pouco dessa coisa da educomunicação. A gente está recebendo cada vez mais convites para oficinas, rodas de conversa em escolas. Eu acho que o movimento secundarista, ele abriu bastante a cabeça de alguns estudantes e diretorias e grêmios da importância da inserção dos coletivos e dos movimentos da cidade, da comunidade mesmo dentro da escola. Cada vez mais, a gente está recebendo convite e agora a gente está tentando sistematizar um grupo de pessoas da Vaidapé que esteja preparado a não só [inaudível], mas ter projetos mais permanentes de educomunicação. E a gente acha isso fundamental porque a Vaidapé tem uma distorção na composição, de raça, de classe, de gênero, de identidade de gênero, de orientação sexual, e a gente acha que a melhor maneira de conseguir desconstruir isso, para além de garantir mais gente dentro do coletivo, com mais diversidade, seria a gente compartilhar as técnicas de produção que a gente acumulou nesses últimos anos e socializar isso com o máximo de gente possível, principalmente com os estudantes de escola pública e com os jovens de baixa renda. Então é um projeto que eu particularmente estou bastante empolgado a tocar, porque eu já tive minhas experiências fora da Vaidapé com educomunicação e é um campo que eu gosto e que pretendo estudar mais também. E é isso, espero que ano que vem, se a gente for fazer mais uma entrevista dessa, a gente já tenha mais coisa para apresentar nesse campo porque, acho que você viu também na reunião, apesar de a gente não ter nada muito sólido, todo mundo está com essa palavra na ponta da língua. Nem saíram da faculdade, a gente nem tem muita experiência nisso, mas entendeu que é isso. Não adianta só a Vaidapé fazer boas reportagens, a gente precisa fazer com que mais gente faça boas reportagens. Acho que esse é talvez a ideia que tenha faltado e que eu, pessoalmente, para o ano que vem, tô bem empolgado em conduzir lá na Vaidapé.

**Paula Serra, 21 anos, graduanda em Audiovisual na USP**

*Entrevista concedida dia 28/11/2016 na redação do coletivo, em São Paulo.*

**Pesquisadora:** Paula, você teve outras experiências com jornalismo antes de atuar na Vaidapé? Como um estágio, um emprego?

**Paula Serra:** Não. Eu tive a partir da Vaidapé só.

**Pesquisadora:** E há quanto tempo você está atuando no coletivo?

**Paula Serra:** No começo do ano, a Pati [Patrícia Iglécio] chamou algumas amigas, mas, num primeiro momento, foi pra um projeto específico que a gente acabou nem realizando que era um documentário que a gente tinha pensado em fazer juntas como produção de várias meninas que estavam na Vaidapé. No caso, ainda não tinha a Vaidamina estruturada. E as meninas – a Lu (que é uma amiga que estava frequentando a Vaidapé, mas não seguiu por falta de tempo), a Jay [Janaína Viegas], eu a Pati, até algumas amigas minhas da faculdade –, a gente se reuniu pra pensar se isso ia ser viável, mas a gente acabou não conseguindo produzir ele por uma questão de prazo mesmo.

**Pesquisadora:** Então foi dessa forma que você se aproximou do coletivo?

**Paula Serra:** É. Acho que já tinha essa ideia de trazer mulheres pra cá e aí a ideia era fazer um documentário sobre mães solteiras. Então, acho que foi isso que juntou, era uma equipe só de mulheres produzindo algum conteúdo pra Vaidapé só entre mulheres, mas ainda não tinha a Vaidamina estruturada. Mas foi super perto, foi coisa de logo depois de ter essa ideia a gente pensou em fazer uma reunião já de formação. Eu sou amiga da Pati de fora, ela vinha trazendo essa demanda pra gente, a gente já convivia com a Vaidapé de alguma forma e a gente começou a frequentar, fazer reuniões semanais aqui no começo da Vaidamina.

**Pesquisadora:** E o que foi que motivou o seu interesse em atuar no Vaidamina, enfim, na Vaidapé em geral?

**Paula Serra:** Eu acho que dentro da minha graduação não teve muito espaço pra [interrupção]. Acho que na minha graduação, que é uma faculdade que fica entre comunicações e artes, é uma coisa que não fica bem resolvido lá o que, pra quê, a gente tá aprendendo audiovisual. É uma coisa pra entrar no mercado, grandes produtoras, fazer ficção e isso começou a me desinteressar muito e cada vez mais, e até me distanciar muito da faculdade a ponto de eu achar que eu nem aprendia nada lá. Eu fui aos poucos me ligando que apesar de gostar de cinema e tudo mais, esse lado da comunicação na verdade era o que sempre me pegava mais. Eu sempre gostei de tirar foto e, não sei, pensar o audiovisual um pouco

mais politicamente, na cidade, no dia a dia, e acho que quando a Pati falou pra vir pra Vaidapé, isso pareceu muito mais concreto, muito mais possível. Até porque a Vaidapé tem um canal bem legal de audiovisual, tem já uma cara, que eu me identificava. Aí eu fui cobrir um ato das mulheres no oito de março, fui cobrir algumas coisas pela Vaidapé assim, editei videozinho, editei uns vídeos de manifestação dos secundaristas e aí comecei a, não só pela Vaidamina, mas comecei a ajudar com a produção de conteúdo no geral. Comecei a correr um pouco atrás porque eu sentia que tinha esse potencial de eu até aprender mais coisas do que na própria faculdade e o lado dessa militância mesmo que tava faltando um pouco direcionar minha função assim.

**Pesquisadora:** Na tua formação na faculdade?

**Paula Serra:** É, de ser alguma coisa mais concreta.

**Pesquisadora:** Entendi. Você se vê com alguma função específica, ocupando alguma função específica no projeto? Mesmo que ela tenha mudado do início do ano pra cá, que ela eventualmente tenha, digamos assim, “rodado” de uma coisa pra outra.

**Paula Serra:** Acho que não. Acho que o que aconteceu mais foi de eu acabar me apropriando um pouco mais do coletivo, porque no começo a gente fazia as reuniões separadas da Vaidamina – inclusive, essas reuniões deixaram de acontecer – e a gente foi se inteirando, [começou] a aparecer toda sexta-feira, quando começou no início desse semestre a organização da revista. Foi isso, acabei sendo introduzida ao jornalismo de uma forma muito mais ampla, ajudei a revisar as matérias, ajudei a corrigir texto. Na revista propriamente dita, eu só fiz foto, pra revista, mas eu acompanhei entrevista, eu fui, tanto da reportagem da Vaidamina quanto da [ocupação] Alcântara. A Alcântara acho que foi o que me deu um pouco mais de autonomia aqui, porque a Vaidamina a gente ainda trabalha projetos juntas e é bem mais coletivo. Lá, acabou virando uma coisa que eu segui fazendo um projeto e tô lidando com esses desafios do jornalismo, que não faz parte da minha formação. Tipo, eu tenho dificuldade de entrevistar as pessoas mas, às vezes, eu tento. Não sei, mas sempre ficou nesse lugar do audiovisual, é mais uma coisa de [que] acabei aprendendo outras funções, mas não necessariamente acho que eu tomei elas pra mim, só acabo trabalhando junto. Desde ajudar a produzir evento aqui pra juntar dinheiro até uma coisa geral mesmo, produção e trabalho coletivo, acabou passando por várias funções.

**Pesquisadora:** A Alcântara que você fala é a ocupação, né?

**Paula Serra:** A ocupação.

**Pesquisadora:** Nesse tempo que você tem participado, quantas horas, em média, você se dedica a atividades da Vaidapé por semana? (Uma

estimativa, tanto de presença aqui, quanto atividades que você faz em outro lugar, em casa).

**Paula Serra:** Acho que considerando que toda semana a gente faz uma reunião e é uma reunião geralmente longa, deve ter umas três, quatro horas, às vezes – não sempre, mas umas duas a quatro horas. E eu vou regularmente no Alcântara, mas nem sempre eu acho que eu tô trabalhando lá, já perdeu um pouco essa carga, acho que o que eu faço lá também já se dissociou um pouco do que eu faço pela Vaidapé. Então, fixo mesmo é toda semana fazer reunião. Mas varia porque é isso, quando tem uma pauta mais específica eu ajudo a cobrir. Por exemplo, quando a gente foi na Cohab receber aquela homenagem do prêmio da Festa do Saci, eu fui com os meninos ajudar a tirar foto e cobrir lá, então me faz trabalhar bem mais pra Vaidapé durante a semana, pra editar as fotos, lançar conteúdos.

**Pesquisadora:** Nessas coberturas especiais que você participa e nessa cobertura, por exemplo, foi quanto tempo mais ou menos?

**Paula Serra:** Ah, a gente passou o dia todo lá. A gente foi de manhã umas nove, foi até um pouco mais tarde, foi umas dez e meia e a gente foi embora de lá umas cinco. Então é coisa de bastante tempo sempre os eventos. Quando eu vou no viaduto, eu fico cinco, seis horas, lá por dia. É bastante assim. Mas, que eu consegui fazer pra Vaidapé lá mesmo, filmar, tirar foto, já tem umas duas ou três semanas que eu não levo câmera, por exemplo, porque agora eu tô mais estruturando os próximos passos desse projeto que eu tô fazendo lá assim.

**Pesquisadora:** Esse trabalho que você tá fazendo lá, com as fotos e vídeos, ele é exclusivamente pra Vaidapé ou você divide esse material pra outros projetos? Você tem outras intenções com esse material?

**Paula Serra:** Não, ele é essencialmente pra Vaidapé. Ele só vai em salvar quando eu passar na faculdade também, eu vou aproveitar.

**Pesquisadora:** Pra TCC, no caso?

**Paula Serra:** Não, eu tô um pouco de longe de me formar.

**Pesquisadora:** Ah, sim! Claro.

**Paula Serra:** Falta um ano e meio, dois anos assim.

**Pesquisadora:** Vai ser um trabalho de disciplina então?

**Paula Serra:** De disciplina. Vou entregar como ensaio de foto em uma matéria, alguns vídeos pra outra. Porque mesmo que tenha me reaproximado da graduação de alguma forma, por outra, só me fez ficar mais distante, faculdade tá em quinto plano agora, acho que eu priorizo e gosto mais de trabalhar da Vaidapé do que pra lá. Então, acabo substituindo um pouco.

**Pesquisadora:** Você poderia descrever (mais ou menos, só pra eu chegar numa visão mais geral) como costuma ser a sua rotina de atividades pra Vaidapé? Você geralmente faz de casa? Faz aqui? Como que funciona, geralmente, quando você tá numa cobertura?

**Paula Serra:** Até muito pouco tempo atrás, eu não tinha meu próprio computador. Pra quem trabalha com audiovisual é muito difícil isso, então, acabava indo trabalhar na faculdade ou aqui mesmo [na redação]. Trazia tudo no HD e ficava aqui, sempre de fora de casa, mas aí eu consegui esse último mês – com *freela*, bico – consegui uma grana pra pagar as parcelas e comprei um computador. E nesse último mês, tô trabalhando de casa, que tá sendo mais tranquilo, mais plausível [risos]. Porque antes eu tinha que ficar no deslocamento constante pra ir trabalhar, então, sexta-feira, onze horas da noite, eu estava em algum lugar trabalhando.

**Pesquisadora:** E pra fazer as coisas daqui, inclusive?

**Paula Serra:** Sim. Eu fui cobrir a ocupação de Guarulhos, da câmara, fui sozinha. Passou uma semana, três dias, eles resolveram desocupar, fizeram um ato. Aí, quinta-feira comecei a editar o vídeo, demorou uns dois dias porque eu fiquei editando nômade, um dia na casa de uma pessoa, outros dias na casa de outra. Quando meu computador chegou que eu consegui terminar de editar o vídeo, mas aí já tinha um *delay* de uma semana do que eu fui fazer lá. Trabalhando de casa é uma coisa que ficou um pouco mais fluída, inclusive o meu ritmo de trabalho, porque até pouco tempo atrás, eu não tinha essa dinâmica de edição constante. Agora eu tenho programa na mão, eu consigo até melhorar, eu consigo fazer as coisas mais rápido. O primeiro vídeo que eu fiz pra Vaidapé, era um vídeo de três minutos, eu fiquei aqui umas quase três horas editando.

**Pesquisadora:** Você conseguiu pegar mais prática então.

**Paula Serra:** Acho que um pouco por causa dessa dinâmica do jornalismo mesmo, de você precisar sempre correr atrás e também não perder muito o *timing* da matéria. Foi uma necessidade que acabou se colocando também.

**Pesquisadora:** Nesse exemplo da ocupação que você deu tinha a questão do *timing*, que, antes, não era algo que fizesse parte...

**Paula Serra:** A gente chegou até a publicar. Mesmo que quase duas semanas depois a gente chegou a publicar a matéria, mas só que a gente publicou mais porque a Vaidapé tá publicando pouco conteúdo próprio ultimamente do que porque era uma coisa muito essencial. Mas assim, o pessoal – da ocupação – queria muito esse material divulgado, queria muito que alguém falasse sobre o movimento deles com alguma... mais de dentro assim, pegando – sei lá – frases deles e não Globo, ou alguma



outra mídia cobrindo que eventualmente fosse passar por lá. Acho que foi meio que todos os motivos que me fizeram continuar editando o vídeo, porque dava até uma certa angústia não ter conseguido soltar enquanto ainda tava ocupado, enquanto ainda fazia sentido.

**Pesquisadora:** Enquanto ainda tinha esse contexto, né? Entendi. Além da sua dedicação aqui na Vaidapé e da faculdade, que você já comentou, você tem alguma outra ocupação, vínculo com algum projeto ou emprego?

**Paula Serra:** Não. Eu fui contratada há uns dois meses na USP e aí foi isso, eu nunca trabalhei com jornalismo, mas eu fui contratada no estágio do jornal da USP. Então, vou fazer audiovisual pra eles lá também, que aí vai ser uma coisa que vai fazer eu dividir mais o meu tempo, mas eu provavelmente começo a estagiar só quando eu entrar nas férias. Daí vai ser uma coisa mais de dividir num primeiro momento estágio e Vaidapé – porque eu também não vou sair de São Paulo nem nada, vou me dedicar ao trabalho mesmo. Mas depois vai ser uma coisa graduação, Vaidapé e estágio. Fica mais difícil de equacionar, mas também são vinte horas de estágio, não é como se fosse muito assim. E trabalhando de casa, daí fica ainda mais fácil de não perder o vínculo com a Vaidapé. Eu precisava arranjar e eu, ao mesmo tempo, não queria abandonar completamente, não queria ir trabalhar num restaurante ou ir arranjar um estágio de quarenta horas que me impossibilitasse de estar aqui.

**Pesquisadora:** E esse estágio é em jornalismo, então, vai ser a sua segunda experiência em jornalismo. Você acha que isso se deve em alguma medida a sua entrada na Vaidapé?

**Paula Serra:** Ah, com certeza. Tipo, é porque é isso, eu tava muito frustrada com a minha faculdade. Esse semestre, por exemplo, a Vaidapé chegou a me influenciar tanto a ponto de eu querer até me instrumentalizar mais pra estar aqui, porque tá todo mundo trabalhando há tanto tempo e, às vezes, você sente que você tem muita coisa pra entender. Então, eu fui atrás de pegar só matéria na faculdade que fosse me ajudar a estar aqui de algum jeito e não fosse me sobrecarregar também. Então, eu tô fazendo a única matéria da faculdade de Jornalismo que não é voltada pra grande mídia que chama “Jornalismo Popular e Comunitário”, tô fazendo uma matéria na Educomunicação que chama “Mídia, Arte e Educação”.

**Pesquisadora:** Você foi se aproximando então, desse...

**Paula Serra:** Eu fui me aproximando. Acho que até por isso que quando esse estágio do jornal apareceu – tinham dois até, um era pra TV USP e outro era pro jornal, o da TV USP era três meses e o do jornal era um

ano – ai eu falei, ah, eu acho que no jornal por mais que seja bem mais quadrado do que o que eu acabo produzindo pra Vaidapé – porque o tipo de pauta que eles deram pra mim era tipo: esse mês tá rolando campanha contra hipertensão na USP, eu vou fazer um vídeo sobre a campanha.

**Pesquisadora:** Mais institucional assim...

**Paula Serra:** É, acaba sendo bem mais... eles falaram assim, eu tenho liberdade pra propor pauta, liberdade pra escrever roteiro de vídeo. Eu tenho liberdade de criar porque é uma área nova lá, eles estão fazendo a transição do impresso pro digital. Porque eles não tinham mais verba, tão cortando um monte de coisa dentro da universidade e essa foi uma das coisas, vai deixar de existir o impresso e eles tão criando essa sessão que é um site, de jornal, e eles acharam importante, sei lá, incorporar essa linguagem – TV Folha, TV Carta, eles queriam que tivesse alguma coisa TV USP, mais dinâmica, que não fosse um programa, que não fosse uma entrevista, que fosse tipo um vídeo que circulasse, alcançasse alguém de fato.

**Pesquisadora:** Entendi. [interrupção] Passando mais pra parte da organização, por essa experiência que você tem até o momento, de forma geral, como você avalia a forma de organização do coletivo, da Vaidapé?

**Paula Serra:** Eu acho que... é até difícil de falar um pouco. Mas acho que as meninas vieram com muita... com várias ideias, que a Pati já tinha falado com a gente antes de alguma forma assim, um contato indireto com a Vaidapé e com os problemas de organização, com algumas questões mais antigas. Mas eu sinto que, de uma forma geral, a organização ela possibilita... é difícil de fazer as pessoas entrarem, acho que só nessa parte de a Pati trazer um projeto que deu plenamente certo. Porque acho que, que eu tenha visto e que eu saiba, a gente tá durando um bom tempo aqui, a gente não abandonou o barco, não saiu. A gente conhece as pessoas, acho que a gente já tinha uma noção do que que eram as dificuldades, então a gente não é como se tivesse frustrado ou... até porque eu acho que pra todas as meninas que tão nesse processo de flertar e aprender a trabalhar com mídia, por mais que existam problemas dentro da Vaidapé, tá sendo um espaço de aprendizado pra todo mundo. Então, acho que a organização favorece esse espaço de aprendizado no sentido que, tipo, cada um tem que ser propositivo. Pelo menos, no meu caso, foi isso. Eu senti que eu tive muita iniciativa de ir atrás, a ponto de... às vezes, as pessoas realmente não vão, alguém fala: “tal coisa seria interessante cobrir” e ninguém mais tá com saco ou com tempo pra ir lá, e eu tô um pouco com essa energia de quem chegou agora, disposta a ir até os lugares. Então, essa liberdade que eu tive de

chegar e me apropriar mesmo da coisa, pegar a minha câmera – porque é isso, também tem essa parte de ter o próprio equipamento, ou usar o deles aqui, mas aí fica mais difícil de organizar isso. Mas com eu tinha o meu próprio equipamento de filmagem, por exemplo, eu podia ir pra qualquer lugar de São Paulo, cobrir qualquer coisa pra Vaidapé e ajudar eles e eles me ajudarem de volta. Então, nesse sentido que eu acho que eu trabalho mais colaboradora. Semestre [passado] eu tava mais nesse núcleo duro, colando nas reuniões organizativas, mas acho que, como você percebeu nessa última reunião geral, coisas como dinheiro, algumas coisas ainda não chegavam na gente, os editais que já estavam em processo, essas coisas, a gente não teve tanto acesso. Então, acho que agora que tá tendo uma consciência mais coletiva de que a gente tá de fato integrando o coletivo e é importante que todo mundo esteja a par de todas as questões – mais burocráticas, mais abstratas – que não sejam só nesse nível de colaboradora, de vir e ser indiferente ao que acontece no sentido da organização do coletivo. Então, é isso. Foi importante me contextualizar antes e também agora me aprofundar mais, entender como é que essa participação pode funcionar aqui dentro. Acho que até por isso muita gente sai e tem essa evasão assim. Porque depois você fica meio perdido mesmo, se eu não tivesse continuado vindo e indo atrás. Tipo, a gente não fazia parte do grupo no Telegram e daí a gente não sabia quando ia ter reunião nem onde era, tinha que ficar ligando pra quem era há mais tempo pra saber se ia ter reunião, se precisava ir, se fazia sentido. Até que uma hora, a gente falou: “não, a gente vai em todas as reuniões, coloca a gente no grupo porque se a gente souber onde é, a gente vai tá lá”. Então, aí a gente foi se inteirando dos canais, ganhando as senhas das contas. Nesse sentido, a gente já conseguiu se... porque de fato é aberto, meio que qualquer pessoa pode pegar a senha e postar um ensaio de fotos, mas não faz tanto sentido se for só assim...

**Pesquisadora:** Mas dependeu de uma iniciativa de vocês, de qualquer forma...

**Paula Serra:** Totalmente assim. Acho que a Pati, no começo, pegava a gente muito pela mão, mas até tem uma diferença entre as próprias meninas que entraram. Aí, vai vários motivos, por exemplo, eu já tinha meio que uma função pra fazer aqui, eu estudo audiovisual, tenho familiaridade com a linguagem e tive um trabalho concreto que eu poderia fazer aqui dentro. A Clara é da educação, a Isadora faz Filosofia e RI, a Carol faz Filosofia. Tipo, elas escrevem, elas vão entrevistam e tal, mas tipo acho que pela parte delas até teve uma dificuldade maior de inserção nesse lugar de “estou integrando e produzindo pelo coletivo”, participando dos projetos e essas coisas assim. Daí é um pouco isso. Eu

também tô formulando essas coisas pra mim, mas, por exemplo, o que o Sujão [João Miranda] falou na última reunião de só trazer pessoas com projetos. Porque essa é a única forma de você de fato dar uma função pra alguém, a pessoa ter um cronograma, alguma coisa pra cumprir que ela não se perca mesmo em todo o contexto do coletivo. A gente já tentou, nesse tempo que eu tô aqui, a gente já tentou reuniões gigantescas pra ver mais colaborações, como é que a gente podia atrair os colaboradores todos, essa rede da Vaidapé, a galera veio, tentou fazer reuniões duas, três semanas depois, já não tinha mais ninguém, mesmo, nunca voltou. A gente já tentou uma plataforma de organizar tarefas e calendário, num aplicativo, o Trello [risos] – não, abandonadíssimo. Então, acho que, tipo, resiste essa organização de se encontrar. Antes tinha pessoas fixas aqui, agora não tem mais, então é meio que a reunião de sexta que é onde todo mundo se inteira, que baliza todas as atividades da semana, do mês, as coisas de edital que eles têm que entregar (“eles”, a gente, né. Mas que eu ainda não faço tanto isso), mais essa parte de organização. Acho que favorece a entrada de outras pessoas, mas têm muito esse trabalho de todo mundo que participa entender o que é um coletivo, que é, tipo: cada um tem que ter iniciativa de fazer as coisas, não dá pra alguém ficar te puxando pela mão por meses pra ver em que parte que você se insere, você tem que vir, olhar o panorama todo e ir entendendo como cada parte se organiza. Porque é tudo muito... a rádio, a Vaidamina, cada um tem uma organização própria, na verdade. Eu sinto que é muito... que é orgânico, mas, ao mesmo tempo, pode ser até... dependendo das pessoas pode dar muito errado, pode falhar e ficar muito redundante, se não tiver uma consciência grande de o quê que a gente quer organizar, não é nem só qual que é a nossa organização, o que a gente quer organizar, juntos, aqui. Por isso que parte de cada um. Aí, nesse momento que a gente não recebe nenhum dinheiro acho que tá sendo um momento bem desorganizado nesse sentido de produção de conteúdo, por exemplo, porque não... eu tô com um estágio pra sair, por isso que eu tô me dedicando até os tubos pra até o momento em que o meu estágio for começar, porque depois eu sei que essa tarefa vai precisar ser dividida com outras pessoas também. Mas é uma coisa de todo mundo acompanhar o processo e ir suprindo as necessidades coletivas mesmo. Não sei...

**Pesquisadora:** Entendi. Pensando um pouco a relação dessa dinâmica da Vaidapé com o modelo que a gente tem no jornalismo convencional – do que você conhece desse modelo convencional –, na sua avaliação, qual que é o principal diferencial entre os dois, entre as formas de trabalho? Do que você conhece.

**Paula Serra:** Ah, eu acho algumas coisas assim. Desde a escolha das pautas, por exemplo, escolha das fontes e das pautas, que eu acho que por não estar nesse esquema de *hard news* assim. A gente cobre atos e uma desocupação, coisas mais do cotidiano que tem essa demanda. Que nem eu falei, a ocupação de Guarulhos, ela era um pouco datada, mas, ao mesmo tempo, tem essa liberdade de não produzir conteúdo datado só. Inclusive, tipo, é louco como eu vi também acontecer de eventualmente a gente pra postar uma coisa nova, vai retomar uma matéria antiga de contextualização, a gente já foi em tal lugar. Então, sei lá, a ocupação Esperança, que é um lugar em Osasco que pegou fogo esse ano, a Vaidapé tinha uma matéria que ela tinha feito na ocupação Esperança pouco tempo atrás – há não muito tempo atrás, um ano, alguma coisa assim. Ou na Favela do Moinho, ou mesmo na ocupação que eu tô indo. A Vaidapé já tinha ido lá outras vezes. Então, essas matérias não se perderam, elas ainda podem ser relidas, retomadas, e eu acho isso importante do conteúdo que sai. Acho também que a gente não ser engessado em cargos ou tipo numa hierarquia, ser um coletivo horizontal, é uma coisa que favorece muito também. Porque é justamente isso, esse coletivo, acho que até a mídia mais alternativa, não faz muito sentido ela existir nesse modelo assim. Vai muito de acordo com a participação de cada um. Até porque o modelo de financiamento não é o mesmo, não cabe assim. A única coisa que fica foda daí também é aquilo de a gente estar sempre – a não ser quem já tem assim uma “carreira” de *freelas* meio estruturados ou estagia em algum lugar que consegue se dedicar aqui ainda de uma maneira constante –, tá todo mundo trabalhando por muito abaixo do que poderia ganhar. Isso também... talvez exista... não sei, acho que a gente tem dificuldade até de... não sei se são muitos grupos que financiariam a Vaidapé, sabe? Não tem muitas pessoas interessadas em participar, em financiar projetos desse tipo que são tão fora desse padrão de jornalismo. Mas eu acho que pra o que a gente quer fazer é uma das únicas coisas que funciona também. Porque eu acho que a gente acaba enriquecendo. Porque acho que a gente faz com gosto na verdade, tudo que existe aqui é porque alguém trouxe de proposta. Todas as sessões que deram certo, todas as matérias que foram muito lidas que deram repercussão, todo o mérito que a Vaidapé tem hoje é justamente ter tido essa liberdade de poder criar e falar sobre coisas que realmente são interessantes e que fogem desse modelo, que se aproximam mais das pessoas, que as pessoas se reconhecem mais. Sei lá, lá no Viaduto a galera tá... é uma disputa por revista muito louca. E aí, quando eles pegam pra se ver na revista, eles vão ler o resto das matérias e rola uma identificação, sabe? De, não

sei... teve um cara lá que falou: “ah, conheço esse maluco, ele é da minha quebrada”, falando do [Jan] que é o pichador que tá na revista. Ou, sei lá, a Favela do Moinho: “vou lá há tempo pra caralho, cresci lá, ou conheço uma galera de lá, tem um samba muito bom lá”. Sei lá, você ouve... você vai fazendo as pontes que a gente acredita que tem que ser feitas, você vai conectando todos esses lugares que são várias ilhas que não tem essa possibilidade de interação.

**Pesquisadora:** Que não aconteceria no jornalismo convencional...

**Paula Serra:** É. Acho que não aconteceria. Até porque, é isso, acho que não rola mais essa preocupação do jornalismo convencional de ir procurar história, das pessoas, de ir atrás de gente comum. É sempre um especialista, um professor, um advogado, um juiz, um presidente, um deputado. São sempre autoridades que... você nunca vai falar com um morador, ninguém vai conversar com os moradores no Pantanal, vai conversar, sei lá, com a Samarco em Minas, entende? É difícil de você conseguir dar voz pras pessoas. Eu acho que... não “dar voz” né, mas ser uma plataforma pra elas serem ouvidas assim. Então acho que isso é um grande diferencial mesmo do jornalismo tradicional. Essa coisa das fontes e das pautas é uma liberdade que só não tanto nesse meio você consegue, não sendo alinhado com partido político ou uma... sei lá, ou patrocinado pelas empreiteiras e outros grandes empresários de grandes mídias que têm interesses muito demarcados.

**Pesquisadora:** Pensando no aspecto – ainda nessa relação –, mas no aspecto mais da organização e da estrutura em si, você enxergaria essa diferença em termos de vantagens ou desvantagens? Quer dizer, você vê alguma vantagem do modelo de jornalismo convencional em relação a Vaidapé? Algum aspecto específico do modelo de organização que na sua avaliação que se fosse aplicado aqui, adaptado aqui, ele teria um impacto positivo na organização?

**Paula Serra:** Eu acho que especificamente a Vaidapé ela tá... eu tô há um ano e ela existe há quatro. É uma coisa que eu percebo, que acho que todo mundo sente também, é que desde o começo, eles tatearam muito até chegar nesse modelo. Eles tão sempre aprendendo e tentando se estruturar mesmo. Acho que o que falta não é hierarquia, mas alguma estrutura sabe? Acho que isso falta muito. Eu acho que daí passa por toda essa discussão de empreender mesmo a Vaidapé e por onde que isso... (eu não consigo falar disso muito profundamente), mas como que isso é possível e por onde que isso é interessante pra gente. Porque eu acho que ela tem potencial de se profissionalizar nesse sentido. A gente tava se formando até agora eu acho, mas acho que tem um desejo de se profissionalizar em algum sentido. Tipo, militar, sim. Mas se

profissionalizar a ponto de até ser mais fácil de trazer mais pessoas, de agregar mais colaborações, de ter mais conteúdo ou atuação em si, de conseguir desenvolver os projetos de educomunicação. Seja ser um pouco mais autônomo em relação a essa parada: tipo, ah, quando entra dinheiro de edital aí vai ter um projeto, vai ter uma coisa concreta, que aí as pessoas vão poder se dedicar mais tempo pra Vaidapé, agora, fora isso, fica foda. É mais isso. Acho que é mais da remuneração e da gente se profissionalizar mesmo como ambiente de trabalho que pode receber.

**Pesquisadora:** Bom, é isso. Tem algum aspecto a mais que você queira colocar? Alguma questão que eu não mencionei, um destaque?

**Paula Serra:** Não, acho que a Pati falou bastante já o quanto mudou o clima das reuniões desde que a gente entrou em peso assim – como mulheres, assim. Mesmo que a gente não seja corretora de texto, nunca tenha feito isso na vida, às vezes, em reunião de revisão da revista tinha dois meninos e quatro, cinco meninas que estavam ali. Querendo ou não, além de tudo nessa energia, nessa disposição, de ajudar, de colaborar e de somar no trabalho que ia ser muito mais dispendioso se fosse de menos pessoas. A ponto de poder dividir tarefa mesmo, de a gente poder se apropriar das coisas. Mas acho que mudou o clima no sentido de, tipo, como de fato entraram pessoas que não estavam dispostas a aceitar todos aqueles problemas que já tinha ouvido de fora assim – tipo, ter dificuldade de falar, ter dificuldade de se colocar, rolar uns desrespeitos – acho que isso agregou e só vai agregar mais assim ao coletivo se ele for mais aberto. Nesse primeiro momento, foi a entrada de mulheres, mas a gente meio veio todo mundo do mesmo lugar, se conhece por outras vias, é amigo seja de faculdade, seja de até antes, de colégio. Então é uma coisa que é importante pra Vaidapé conseguir trazer outros pontos de vista aqui pra dentro. Acho que isso foi feito de alguma forma, mas precisa ser... sabe? Uma coisa de lugar de fala mesmo, a gente também conseguiu desenvolver isso muito aqui, até avançar nesse debate mais concretamente, não é só falar. Acho que a gente ocupa um lugar de fato aqui, agora.

**Pesquisadora:** Você vê um resultado...

**Paula Serra:** Vejo, acho que sim. Acho que as pessoas já contam com a gente. Não é mais a gente tentando, acho que agora a gente de fato faz parte. Acho que isso foi...

**Pesquisadora:** É um espaço.

**Paula Serra:** Sim. É um espaço e acho que foi uma mudança também porque acho que as pessoas, se vêm com a intenção de permanecer, não sei se elas conseguem tanto. Acho que agora tá amadurecendo até a ponto de existir esse espaço, que é uma coisa que acho que também tá

nesse lugar de você conseguir, não sei, enxergar o potencial de todo mundo que tá construindo. Acho que isso foi bem legal esse ano assim. E era mais isso, que eu acho que foi saudável e tende a ser muito mais saudável quando o coletivo comporta – por mais que a gente já em algumas medidas – quando comporta novidade.

**Pesquisadora:** Tá certo, obrigada.

**Paula Serra:** Obrigada.



**Iuri Salles, 26 anos, formado em Jornalismo pela FMU em 2013**

*Entrevista concedida por Skype em 12/04/2017.*

**Pesquisadora:** Quais foram as experiências que você teve de jornalismo antes de atuar na Vaidapé?

**Iuri Salles:** Tá, vamos lá. Eu trabalhei na Prefeitura de São Paulo, na assessoria de imprensa em 2010. Depois, em 2011, eu trabalhei num site do Emicida, no Nós. Depois, fui fazer assessoria de imprensa de novo, do Hospital Veterinário [incompreensível] Madureira, daí eu já começo na Vaidapé também. Eu passei também pela Análise, que é uma editora de revista especializada, depois fui pra Vice e agora tô só na Vaidapé de novo.

**Pesquisadora:** Ah, você saiu da Vice agora?

**Iuri Salles:** Saí recentemente.

**Pesquisadora:** Há quanto tempo que você tá na Vaidapé? Quer dizer, qual é essa data que você entrou na Vaidapé? Desde qual ano?

**Iuri Salles:** Acho que o primeiro texto é 2014.

**Pesquisadora:** Tá. E você pode contar um pouco mais sobre a sua aproximação com o projeto? Como foi que você conheceu, e, uma vez que você conheceu o pessoal, como que foi essa aproximação pra ficar como colaborador.

**Iuri Salles:** Eu conheci através de uma entrevista que eles fizeram com o Coronel Telhada. Eu gostei, daí eu fui conversar com eles. Eles estavam produzindo a quarta edição da revista impressa e daí eu entrei com um texto sobre o PCC [Primeiro Comando do Crime]. A partir daí, eu virei colaborador. Comecei a ir mais, e aí estou aí, três anos já, com o pessoal.

**Pesquisadora:** Você pode contar um pouco mais sobre o que foi que motivou o seu interesse na proposta? O que você achou de interessante nessa entrevista que você viu, por exemplo, que foi o seu primeiro contato.

**Iuri Salles:** Ah, eu gostei da linha editorial mesmo da revista. Essa entrevista que eles fizeram era com o Coronel Telhada – que é um coronel da Rota aqui, que é uma força especial da polícia de São Paulo – e no fundo eles colocaram uma música dos Racionais "Qual mentira eu vou acreditar". Aquele dia, acho que 72 pessoas já tinham sido mortas pela PM e ele falava que foram todas em confronto. Eu achei corajosa a revista.

**Pesquisadora:** Entendi. E você se identifica com alguma função específica no projeto ao longo desse tempo que você colabora?

**Iuri Salles:** Sim, repórter.

**Pesquisadora:** Repórter, né? Iuri.

**Salles:** Isso.

**Pesquisadora:** Tá. Quantas horas, em média, você se dedica às atividades do projeto por semana? Eu me lembro que no período que você tava na Vice era menos tempo que você tinha, queria que você comentasse um pouco ao longo desse tempo.

**Iuri Salles:** Acho que dá numas 15 horas, vamos por assim por aí em média.

**Pesquisadora:** Por semana.

**Iuri Salles:** Por semana.

**Pesquisadora:** Isso você trabalhando na Vice ou antes, se dedicando só a Vaidapé?

**Iuri Salles:** Não, acho que só Vaidapé. Porque eu não tenho ido muito até lá, tenho mais feito matéria e depois texto.

**Pesquisadora.** E aí, na época que você tava trabalhando essa dedicação era...

**Iuri Salles:** Menos. Umas cinco horas no máximo e não toda semana.

**Pesquisadora:** Você podia contar um pouco sobre como costuma, costumava, ser a sua rotina de atividades?

**Iuri Salles:** Quando eu tava...

**Pesquisadora:** É... deixa eu te fazer uma pergunta antes: desse tempo que você tá na Vaidapé, dá pra dizer que a maior parte do tempo você conciliou com a Vice?

**Iuri Salles:** É, sim... não, maior parte do tempo não. Porque eu fiquei quase um ano só na Vice. Mas eu conciliava com outros trabalhos, de qualquer forma. Sempre conciliei.

**Pesquisadora:** Então me conta mais sobre essa rotina de conciliar com mais de uma atividade, como que você ia fazendo as coisas do coletivo.

**Iuri Salles:** É como eu falei, atuo mais como repórter mesmo. Então, eu, quando tô trabalhando, procuro fazer a matéria ou à noite ou de fim de semana. E uso esse tempo também pra escrever, fora do expediente mesmo. Ou à noite ou de fim de semana.

**Pesquisadora:** Só uma dúvida pontual, pra esclarecer, que você comentou antes, mas acho que eu não peguei bem: o período que você ficou na Vice foi de quando a quando?

**Iuri Salles:** Foi mês cinco [maio] de 2016 até três [março] de 2017.

**Pesquisadora:** Tá. Agora eu vou passar pra aquelas questões mais específicas sobre o modelo de organização da Vaidapé, que é o meu tema no trabalho.

**Iuri Salles:** Certo.

**Pesquisadora:** A primeira delas, eu queria que você me dissesse, de forma geral, como é que você avalia – a partir dessa experiência que você tem no coletivo, nesses anos – o modelo de organização adotado pela Vaidapé. Quando eu falo em organização, é tanto a organização interna do trabalho (por exemplo, essas rotinas que eu perguntei, a divisão de funções), quanto organização de financiamento, essas questões assim.

**Iuri Salles:** Questão de organização do lado prático de redação, acho que funciona legal até, pra um projeto que praticamente ninguém recebe mesmo um salário, acho que funciona bem. E a questão da organização financeira melhorou da última vez que a gente conversou. Existe hoje um entendimento do coletivo em ganhar dinheiro, de alguma forma sustentar financeiramente o projeto.

**Pesquisadora:** Entendi. E, na sua avaliação, qual que é o principal diferencial desse modelo de organização em relação ao modelo do jornalismo convencional (que seria aquele da grande mídia, ou mesmo de um veículo que não é tão grande, mas que tem esse modelo)?

**Iuri Salles:** Acho que o diferencial é porque é mais horizontal. A gente não tem um editor-chefe, não tem um chefe de reportagem. Eu considero positivo... (qual que era a pergunta mesmo?).

**Pesquisadora:** Qual que é a principal diferença do modelo do Vaidapé em relação ao convencional.

**Iuri Salles:** É que acho que é isso assim... a gente não tem um editor-chefe. É mais os repórteres mesmo que escolhem suas pautas. Acho que esse é o principal diferencial, a liberdade de conteúdo, de pensamento, maior, e também de opinião. Acho que a gente pode ter mais opinião do que a grande mídia.

**Pesquisadora:** E aí, no caso, em relação à sua experiência na Vice. Da outra vez que a gente conversou, a gente ainda comentou sobre a questão, eu te perguntei se você considerava a Vice também alternativa ou se ela estaria, de repente, num meio do caminho entre esse convencional que eu digo, que seria mais a referência da grande mídia, ou a Vaidapé.

**Iuri Salles:** É, eu acho que ela [Revista Vice] tá no meio do caminho ali mesmo. [interrupção] Ela tem uma estrutura muito maior do que qualquer mídia alternativa, claro, os caras são grandes assim – não tanto pro Brasil. Mas, acho que eles têm uma linha editorial mais voltado pro jornalismo alternativo, pra esse novo jornalismo, do que uma grande mídia, mas tem a estrutura de organização da grande mídia. Se organiza como um jornal, como um grande veículo.

**Pesquisadora:** Entendi. E aí, pensando nessa questão do diferencial que eu te coloquei antes, tu vê essa diferença também em relação a Vice? Quando tu falas que na Vaidapé você tem mais horizontalidade, que isso seria positivo, tu verias isso também em relação a tua experiência na Vice?

**Iuri Salles:** Eu vejo numa escala bem menor. Mas existe também. Existe bastante liberdade de conteúdo lá pro repórter, na Vice também, mas não tanto assim.

**Pesquisadora:** Numa escala menor em relação a Vaidapé. Menos liberdade, então?

**Iuri Salles:** Isso. Menos liberdade.

**Pesquisadora:** Liberdade editorial, eu poderia dizer, talvez?

**Iuri Salles:** Isso. Sim, com certeza. Qualquer... em qualquer ângulo que você for ver, a Vaidapé vai ser mais liberal. Formas de trabalho, tudo. Até porque não paga, né. A Vice é CLT, então, isso já remete a um monte de coisa.

**Pesquisadora:** Bom, você já comentou que essa diferença da organização você considera positivo, né. Você acha que teria, além disso, que a gente pode enquadrar como uma vantagem, uma desvantagem em relação ao modelo do convencional? Você acha que tem algum aspecto do convencional que seria bom se fosse aplicado pra organização da Vaidapé, que ele teria um efeito positivo.

**Iuri Salles:** Ah, sim, claro. Questão até de própria organização, de ritmo de trabalho, de planejamento. Às vezes, acho que a gente não tem um planejamento do que vai sair, do que a gente espera de quantidade de conteúdo que a gente vai ter. Eu acho que isso a gente não tem e, se a gente tivesse, seria positivo. Principalmente essa questão de organizar mesmo, tudo, sabe? De ter uma organização de empresa, e "cada um faz isso", e ser responsável por isso mesmo?

**Pesquisadora:** Como uma divisão de tarefas?

**Iuri Salles:** Porque, na verdade, acaba que a gente não consegue responsabilizar ninguém diretamente por nada porque ninguém recebe, né. Então, é tudo um favor mais ou menos.

**Pesquisadora:** Entendi. Mas você acha que isso passaria também por uma divisão de tarefas ou você diz mais no sentido de você poder cobrar por estar remunerando?

**Iuri Salles:** Eu acho que não é nem por causa do "cobrar", mas é a questão do compromisso, sabe? Quando você recebe pra fazer, você não vai fazer outra atividade. A gente não pode... alguém não pode chegar pra mim e me cobrar que eu entregue um texto que eu tô uma semana atrasado porque eu não recebo. Às vezes, eu tô fazendo outra coisa e não

posso fazer os textos. No caso de uma empresa mais organizada, mais estruturada, eu teria que fazer esse texto. Eu acho que se a gente tivesse isso – esse contrato assim, prazos, responsabilidades – acho que a gente podia estar em outro patamar. E isso no geral assim, toda a mídia alternativa.

**Pesquisadora:** Teria mais a ver então com o quanto as pessoas têm até de disponibilidade, por estarem se dedicando mais exclusivamente ao projeto. Seria mais nesse sentido.

**Iuri Salles:** Sim. É, no fundo tudo é uma questão meio de financeira na realidade. O que passa nisso são nesses aspectos financeiros das coisas.

**Pesquisadora:** Entendi. Tem alguma questão que você queira acrescentar? (a gente acabou indo um pouco mais rápido dessa vez, mas, enfim, o roteiro é esse, não sei se tem algo que você queira acrescentar).

**Iuri Salles:** Não, acho que é isso mesmo.

**Pedro Paulo Bortolassi Ubleht Mirilli, 25 anos, artista.**

*Entrevista concedida por Skype em 8/02/2017.*

**Pesquisadora:** Pedro, há quanto tempo que você tá atuando no Lúdico?

**Pedro Paulo Mirilli:** Então, é uma pergunta meio complicada de responder, porque o pessoal da Vaidapé eu conheci há quatro anos quando comecei a trabalhar nesse sentido junto com o Johny, o outro Pedro na época. A gente tinha meio que esse papel de coleta, de textos, imagens, mas não foi uma coisa que durou mais do que um ano e meio. Todo mundo se dividiu, entraram outras pessoas nesse núcleo que acabaram não fazendo quase nada de diferente. Eu voltei um tempo depois, fiquei mais uns seis, sete meses, depois me afastei novamente. E aí, no começo do ano passado [2016], foi quando eu decidi que eu ia dar as últimas energias que eu podia dar pra Vaidapé assim.

**Pesquisadora:** Entendi. E, só pra esclarecer, ao longo desse tempo toda a sua atuação foi exclusivamente no Lúdico ou você colaborou com outras frentes da Vaidapé?

**Pedro Paulo Mirilli:** Ah, sim. Acho que o trabalho mais factual mesmo foi com o Lúdico, de questão de curadoria, de achar outros meios pra poder explorar essa questão do texto, do vídeo, do áudio. Mas eu sempre tive ali por perto. Quer dizer, meu núcleo nunca foi muito forte, né. Ele sempre ficou muito à deriva ali e eu sempre tava na redação, sempre tava com o pessoal. Sei lá, eu participava de reunião de edital, eu dava uns pitacos na matéria alheia. Tipo, sempre tive ali meio como um “semi-ombudsman” assim, posso dizer.

**Pesquisadora:** Bom, você poderia descrever um pouco mais qual que é a proposta do coletivo atualmente? Ou, se você pudesse também, dar um histórico mais ou menos do que era a proposta no início e como tá agora nesse seu último momento de dedicação... eu queria entender um pouco.

**Pedro Paulo Mirilli:** A revista começou com dois alunos lá da PUC [São Paulo], o João [Miranda] e o Pedro. Acho que a ideia inicial deles era realmente tentar coletar essas histórias periféricas que a grande mídia ou tratava de um jeito muito pueril ou, sei lá, simplesmente ignorava, né. Eles sempre tentaram trazer essa questão de quem não era ouvido, quem precisa ter voz, junto com a questão da arte, dos artistas que estavam ali: jovens, precisando de espaço, com alguma coisa pra contar. E ao longo do tempo, acho que se manteve, sabe? Apesar das minhas críticas severas à estrutura que eles têm ali, eles conseguiram muitos passos muito importantes nessa coisa de conhecer a comunidade, de ter parceiros além dos que eles já têm ali na redação, outros veículos

de comunicação independente, produtores de vídeo, artistas. Eles cada vez mais cresceram nesses quatro anos apesar de eu achar que tem uma defasagem muito grande nesses quatro anos de trabalho. Eu acho, por exemplo, que eles poderiam ter feito muito mais. Porque, uma coisa que a gente sempre discutiu lá dentro foi a perda de efetivo durante esse tempo: a gente começou com 30, 35 jovens superanteados, super na gana de fomentar o projeto e, hoje em dia, são, male male, uns dez, doze. E, de um núcleo duro mesmo, eu acredito que sejam cinco. Mesmo que eles não admitam isso de uma forma "mais formal" assim, se eu posso dizer. E, hoje em dia, eles têm a questão de continuar se mantendo, né. Eles tão procurando iniciativas pra se sustentar, já que a ideia da publicação é sempre chegar gratuita, o lema da revista é "informação não é mercadoria". E acho que é isso, como eu falei, entre trancos e barrancos, eles desempenham um trabalho muito legal nessa questão de dar voz a quem parece que não tem.

**Pesquisadora:** E, ao longo desse período, como que funcionou a relação desse núcleo do Lúdico com a Vaidapé? Você identificaria alguma função ou atribuição específica desse núcleo dentro proposta da Vaidapé como um todo? Nessa história que você me contou, onde que entra o Lúdico?

**Pedro Paulo Mirilli:** O engraçado é que assim: o núcleo Lúdico, com esse nome, só surgiu a partir do momento que eu entrei lá. Na primeira reunião que eu participei – a primeira reunião aberta que eu participei, lá em 2013, eu acho, 2014 – se deu esse nome. Mas eles sempre falam (o pessoal que tá lá desde a fundação), que a revista nasceu como um núcleo lúdico, era mais imagem, mais texto poético do que a questão jornalística e foi crescendo conforme o tempo foi passando. Mas, uma coisa que eu senti logo de início, que a minha proposta inicial era só aliar – tipo: “ó gente, eu e os meus parceiros, a gente vai tentar fazer um trabalho de curadoria, tentar achar pessoas que vocês também não tão conseguindo atingir”, ou, pelo menos, alinhar melhor essas pessoas pra tentar fazer um conteúdo exclusivo pra matéria “x” ou “y”, ou só pra ilustrar alguma coisa da revista. E, sei lá, como tantos outros que tiveram nesse núcleo nesse tempo, a gente tinha que correr atrás de outras coisas, a gente não conseguia, às vezes, se coordenar muito bem. Eu também sempre vi um pouco de dificuldade de conseguir chegar perto do filão ali central da revista, sabe? Tipo, porque por mais que seja uma iniciativa aberta, sem fins lucrativos e tudo mais, eu sempre vi um pouco de panelinha. Tipo, chegava alguém estranho, que era super bem recebido, mas até saber do que tava rolando de verdade precisava de um tempo, de um quê político ali, sabe, poder se mostrar e não se encaixava.

Mas, o meu núcleo, sempre considerei – e não tô falando isso de um jeito pejorativo – como um complemento à revista. Principalmente nessas duas últimas edições impressas, a gente serviu mais como auxílio ao design, como [incompreensível] possíveis artistas e com *briefings* mais pontuais assim. Isso foi bem legal, mas, como eu falei, eu gostaria e imaginei já estar em outro nível ali dentro – no núcleo Lúdico, não a mim, né.

**Pesquisadora:** E você poderia descrever quais que costumavam ser as atividades – descrever um pouco mais em detalhes, você deu esse exemplo agora, né – quais que costumavam ser as atividades desenvolvidas pelo coletivo ao longo desses anos e com que frequência mais ou menos elas aconteciam?

**Pedro Paulo Mirilli:** A ideia da revista impressa era... começou como bimestral, depois foi como trimestral. Ano passado foi semestral. Porque, é essa questão do dinheiro: como ninguém ali investe, como ninguém ali bota o dinheiro do próprio bolso – assim a grosso modo, porque isso acaba acontecendo de uma forma ou de outra – a gente ficava nessa dependência dos editais ou de conseguir (entre aspas, milhões de aspas) um “patrocinador”, não que isso tenha acontecido. A gente fez muita festa por nossa conta, vendeu muita cerveja, botou muita gente pra tocar em vários lugares pra poder conseguir esse máximo que sempre foi a questão da revista impressa. Quanto aos outros conteúdos, eles sempre aconteceram na medida que o pessoal pode fazer, né. É uma coisa bem, bem, orgânica. E, diferente do que eu já vi em outros coletivos, a gente tinha um apelo mais sucinto assim, meio uma tocada mais pessoal pra ter esses projetos – tipo, “ah, hoje eu não posso, mas amanhã vamo aí”, sabe?

**Pesquisadora:** E da parte do Lúdico especificamente, além da revista impressa, vocês participavam em algo mais específico nos festivais, outras atividades da revista? Ou era só a parte da revista impressa?

**Pedro Paulo Mirilli:** Desculpa, acabei não respondendo isso. Grosso modo, vou te falar que não. Assim, como núcleo formal, jamais. Acho que aconteceu uma ou duas reuniões do pessoal que desenha, que escreve. A gente fez umas intervenções, uma ou outra, nos festivais de amigos nossos ali pela USP. Chegamos a ser convidados pra projetos maiores de decoração, de comentar artistas de certa área, mas isso nunca acabou indo pra frente. Como eu falei, no quesito do núcleo Lúdico. Mas, em outras áreas ali da revista isso acontece. Fazendo o Festival do Pé Preto, tiveram outros envolvendo o Brasil Barraca. O pessoal de produção do jornalismo acabava fazendo isso, sabe? A gente do núcleo Lúdico meio que não sabia muito bem onde a gente se encaixava, né,



pelo que eu falei anteriormente: é uma questão de, tipo: “ah, já tinha gente fazendo isso com outro nome e quando chegaram os forasteiros botando outro a coisa ficou meio... não vou falar ‘desequilibrada’, mas essa é a palavra que vem na minha cabeça. Mas foi uma coisa muito boa porque a gente queria só formalizar essa parte do trabalho, mas como ela já vinha acontecendo, já acontece, de um outro jeito, foi um pouco difícil. Talvez, tenha sido até por isso que eu tenha agora me afastado um pouco mais, como eu discuti com eles em uma última reunião que você não estava presente. Porque, se for pra ficar ali só pra ter um nome, eu já tenho o meu. Grosso modo é isso.

**Pesquisadora:** Eu vou te perguntar mais pra frente sobre essa decisão da saída, mas, antes... você comentou numa outra resposta de uma questão de um patamar que você gostaria que o Lúdico tivesse e que não chegou. Você podia falar um pouco mais sobre o que você acha que gostaria de ter desenvolvido e que você acha que não rolou? E por que não rolou. Acho que você já respondeu um pouco, mas se pudesse falar um pouco mais, de forma mais explícita ou desenvolver um pouco mais.

**Pedro Paulo Mirilli:** Beleza. A minha ideia inicial, eu sempre falei isso, era ter meio que uma equipe de cavalaria, sabe? Ter três, quatro pessoas, duas que pudessem desenhar, uma que desenha outra que tira foto, duas que criem textos mais poéticos, mais livres pra suprir demandas. Eu sempre olhei pra outras revistas formais – como, sei lá, vou dar o exemplo máximo que seria a Piauí – e tem um alinhamento muito grande entre arte e jornalismo. E eu queria ter essa equipe pra chegar jornalista A, jornalista B, e falar: "tô fazendo uma matéria sobre isso. Vamos fazer um negócio juntos?" e aí já ter gente ali pra “boom!”, no momento seguinte começar a trabalhar nesse sentido ao invés de ter que perder um tempo pra fazer isso, isso e aquilo. Porque demanda jornalística é de hora em hora, né: cai um avião ali na esquina e tudo mudou. Poder tá preparado pra isso. Uma coisa que eu nunca senti, porque, como eu falei, demora-se um tempo até se chegar ao núcleo e ele poder confiar em você. Sendo bem sincero, foi esse o meu sentimento durante esse tempo todo. Os olhares a mim e aos meus pares lúdicos começaram de um jeito e, a partir dessas transformações que a gente sofreu ao longo desses anos começou a ser outro. Melhorou muito, mas se eu tivesse – se nós tivéssemos – conseguido fazer essa equipe de frente logo de começo, eu acredito que hoje nós estaríamos em outro patamar pra poder dar uma nova cara, pra trazer o que o pessoal das antigas, que é o pessoal fundador ou que hoje tá mais ligado às questões jornalísticas pudesse vir a querer, ou a gente mesmo pudesse sugerir. Não foi uma, não foram duas nem três vezes, que eu sentei ali com um e

com outro falando disso, disso e daquilo, conversas animadas, mas devido à pressa ou... não vou nem falar displicência, mas uma... uma questão de desinformação, de erro de conversa, ou de pressa mesmo, acabou afundando essa iniciativa que eu queria ter né. Acho que é basicamente isso. Eu poderia ficar aqui sentado falando um monte de coisa, mas acho que é isso que me toca: era querer ter uma equipe “fechada” (fechada entre aspas, né) pra poder tá ali. Sabe, “ó, bateu reportagem sobre Espírito Santo”, já tem alguém fazendo um desenho, “ah, o dona [incompreensível] morreu”, já tem alguma foto de não sei o quê. Coisa que eles sempre pediram – mas aí talvez esteja fora da minha expansão filosófica tentar discernir ali. Acho que é isso. Se quiser posso tentar falar um pouco mais.

**Pesquisadora:** Entendi. Na verdade, acho que você já comentou bastante também, acho que acabou já respondendo o que motivou um pouco saída, mas eu queria que você comentasse um pouco mais essa decisão da saída. Teve uma reunião que eu tava presente, que eu lembro de você ter anunciado isso – que foi aquela reunião geral, pra discutir organização do coletivo. Você, na ocasião, falou na ideia de sair e de repente voltar daqui algum tempo num outro modelo. Isso ainda tá na perspectiva? Como que você acha que poderia funcionar?

**Pedro Paulo Mirilli:** Você pegou bem acho que a prévia do que aconteceu uma ou duas reuniões depois disso, que eu realmente oficializei e falei: “ó, Vaidapé tá crescendo, mas eu acho que os meus sonhos tão ficando grandes demais e eles não tão se encaixando direito aqui”. Justamente por essa questão do financiamento que eu acho que acabou atrasando um pouco a ideia de a gente conseguir ter um ponto filosófico em comum entre todos nós, por ser um grupo plural, um grupo bem “diversificado” (entre aspas), existem muitos mais, mas também acredito que a gente não tinha um grupo tão heterogêneo assim. Foi o que eu falei: “ó, tô transpirando arte e eu tô em contato com pessoas que tão querendo fazer isso também” – ou que já estão fazendo isso. A minha ideia não é de ter um coletivo de arte, eu quero ter um princípio de provocação mesmo, de mostrar aos outros que é difícil, ganha-se pouco, mas a satisfação é muito grande pela produção. Coisa que, no nosso sentido o Lúdico, eu não via ali dentro com a gana que eu sinto na minha vida. E os meus pares artísticos, idem. Tipo, eu não tirei essa ideia simplesmente da minha cabeça, foi pelo menos acho que um ano inteiro, ano passado, dando ideias, recebendo outras e discutindo abertamente e, às vezes, ali mais individualmente com partes do grupo. Eu sou bem próximo a três, quatro pessoas ali dentro e foram elas que me ajudaram a nortear essa decisão de “tá, então agora eu não vou vir

mais aqui toda semana, eu não vou mais ficar batendo pezinho em cima disso, disso, daquilo”, porque eu tenho mais – não que eu tenha maaaaais o que fazer, não é uma questão pretenciosa dessas – mas o mundo tá me vindo com uma demanda que eu acho que se eu suprir ela a curto e médio prazo, no longo eu vá conseguir chegar aqui de volta pra Vaidapé com aquilo que eu sonhei, que era ter uma equipe de prontidão pra questão do jornalismo. Porque apesar – agora vem uma questão bem pessoal – de eu achar... essa coisa dos jornalistas são um pouco o inimigo e não se pode confiar muito, eu sempre botei esse pezinho atrás, eu gosto muito do jornalismo. Eu gosto muito dos jornalistas, eu sempre tive uma paixão muito grande desde moleque, de conseguir ver arte e informação de qualidade social andando juntas. Talvez, daqui um ano, um ano e meio, meus elos e essa corrente estejam um pouco mais fortes pra chegar lá na Vaidapé e falar: “ó, tamo com um ‘projeto’ disso!”. Ou, eles cheguem até nós e falem: “tamo precisando disso!”. Porque foi um processo muito desgastante fazer essa revista número cinco e número seis, mais estruturalmente do que na questão de produção, isso a gente já manjava, mas foi daí que nasceu essa minha ideia de me afastar um pouco, parar de doar tanta energia pra uma coisa que ainda tava precisando se estruturar na base, assim. Ficar firme de verdade pra poder trazer de volta toda aquela juventude que acabou saindo por motivos... cada um tem o seu, né? Precisava de um emprego, ou uma oportunidade no exterior, ou, às vezes, uma divergência política mesmo, isso acontece. Mas eu sempre olhei a Vaidapé com muito carinho. Eu sou muito grato a eles por tudo que eu passei ali dentro. Eu acredito que na vida não sejam rosas, sejam tapas na cara. E ali eu recebi muitos e cresci muito. Junto com a galera, mas, infelizmente, as coisas principalmente de seis, sete meses pra cá começaram a ficar nebulosas demais, começaram assuntos os quais eu não me interessei em entrar e foi basicamente isso.

**Pesquisadora:** Bom, pra fechar, eu vou te fazer algumas questões mais específicas sobre a estrutura e organização da Vaidapé. Mas antes de chegar nelas, eu queria voltar pra dois pontos que eu acabei deixando passar. Uma é se você já tinha tido alguma outra experiência ou contato mais próximo com projetos de jornalismo antes da Vaidapé. E como que foi a sua aproximação com o pessoal. Você comentou um pouco no início, mas queria que você contasse um pouco mais como que foi essa aproximação com o projeto, de começar a colaborar e tudo mais. Como que foi esse contato, digamos assim.

**Pedro Paulo Mirilli:** A questão de coletivo mesmo, com essa ideia que já tá tão apregoada ultimamente, a Vaidapé foi a primeira. Como eu

falei, eu não fiz faculdade, mas eu sempre tive muito perto das pessoas que ali estavam e, à época, eu cheguei ali só com as antenas ligadas. Eu já tinha um pouco de vivência com autores independentes, das antigas, tipo meu avô, pessoas um pouco mais velhas só – com 30, 35 anos – de iniciativas próprias, que produziam os próprios CDs, livros, adesivos, a questão do graffiti, da pichação. Sempre tive pessoas ali que me botavam em contato com essa coisa da independência extra “sistema” (aí vai milhões de aspas também), essa coisa do mercado formal de trabalho dentro da arte. A Vaidapé foi o meio que me abraçou e me mostrou a questão mais estrutural – que a gente vai discutir depois. E a partir daí, graças a eles inclusive, por isso que eu também sou muito grato, eu conheci outras iniciativas: SP Invisível, Mídia Ninja, entre outros, só pra citar as mais populares. Acho que eu respondi, né, os dois pontos.

**Pesquisadora:** Sim. Só uma questão que surgiu daí: você colaborou com outros projetos também? Por exemplo, esses que você comentou, ou outros.

**Pedro Paulo Mirilli:** Não, não. Como participante mesmo, foi a primeira a Vaidapé a me acolher como produtor. Antes disso era só, sei lá, como falei: meu amigo tava produzindo um CD e eu tava alia no estúdio com ele. Um outro amigo meu tava escrevendo um livro e eu tava ali com ele. Nessa questão de coletividade para produção, a Vaidapé foi a que me iniciou nessa vida, antes era uma questão de aprendiz assim, eu era o carinha com o [incompreensível] na frente, falando uma pá de coisa e eu absorvendo. Foi basicamente isso. Antes da Vaidapé, eu era mais um ouvinte do que um produtor.

**Pesquisadora:** E o pessoal, você já conhecia da sua rede de contatos em São Paulo? Ou você conheceu primeiro o projeto Vaidapé e daí se aproximou?

**Pedro Paulo Mirilli:** A Vaidapé, eu já ouvia de nome porque logo no início deles o meu primo começou a fazer PUC, há trocentos anos, e eu frequentava as aulas com ele. Depois disso uma outra turma nossa de infância começou a entrar lá também, aí eu conheci minha primeira namorada justamente logo no início da Vaidapé. O engraçado é que um outro amigo meu também, que eu conheço há 15, 16 anos, tava fazendo jornalismo na PUC e começou a trabalhar com eles. Minha namorada que me levou lá, falou: “ó, essa galera da Vaidapé tá fazendo umas reuniões abertas, seu amigo tá lá, então acho bom cê ir lá ver o que os caras tão falando” [risos]. E foi basicamente isso. Foi dela me falar que o meu amigo já tava lá que despertou a curiosidade. Aí, eu perguntei pra

ele, ele falou: “ó, aparece aqui tal dia, que vai rolar essa reunião aberta”, que foi a primeira discussão de núcleos da Vaidapé e eis-me aqui.

**Pesquisadora:** Entendi. Passando agora para aquelas questões que eu comentei antes. São três questões, a primeira delas é como que você avalia, de forma geral, em uma leitura geral a partir dessa experiência que você tem esse tempo no coletivo, o modelo de organização adotado pela Vaidapé.

**Pedro Paulo Mirilli:** Bom, como modelo de organização, numa escala de zero a dez, eu vou falar seis. Sendo bem crítico. Porque é o que eu falei, parecia e parece que se demora um tempo até você chegar nas cabeças do grupo e poder ter uma intimidade com os projetos que já estão rolando, ou pra poder fundamentar algo que vá sim ser produzido na sequência. É uma coisa que eu sempre vi como, tipo, eu tenho dez pedras na mão, mas eu só vou tacar três, tá ligado? Uma percepção de que a gente sempre teve – e eu me boto dentro disso, é uma crítica pessoal também – muita energia, mas acabava não despendendo ela pro foco que foi imaginado pro começo da revista. Por “n” razões, pela juventude do grupo, pela questão de apropriação do meio social que ali ocorre. Porque uma coisa que a gente sempre discutiu foi uma questão bem de – como é que eu posso dizer... uma questão de que a Vaidapé era feita por homens brancos, de classe média, na maioria até os seus 22 anos, e que isso era uma coisa absurda tendo em vista o que a gente queria atingir. E, a partir desse momento, começou-se um trabalho pra reverter esse campo, que era o que acontecia de fato e a gente conseguiu. A gente abriu as portas e foi invadido por quem precisava ali pra diferenciar, pra tirar esse carão de coletivo do século 19. Mas é o que eu disse agora no começo, a coisa da organização, ela é uma coisa que a gente poderia já ter tirado a utopia adolescente da cabeça pra começar a falar: “não, você é o responsável por isso”, “você é o responsável por aquilo, então, se alguma bucha acontecer, você é que resolve”. Isso veio agora, há pouquíssimo tempo como uma questão prática. Antes era só um pedido, como pensamento.

**Pesquisadora:** E do que você conhece do modelo do jornalismo convencional – ou, talvez a gente possa pensar simplesmente no modelo de uma empresa convencional –, na sua avaliação, qual que é o principal diferencial desse modo de organização desenvolvido pela Vaidapé em relação ao modelo convencional?

**Pedro Paulo Mirilli:** É engraçado, eu tenho uma questão bem amor e ódio com os jornalistas. Porque, se eu for parar aqui pra contar rapidamente – uma coisa que eu já tava fazendo enquanto você falava –, sei lá, 80% dos meus amigos são formados em jornalismo e a grande

maioria deles trabalha ou trabalhou em veículos oficiais (UOL, Globo, Terra, Estadão). E a questão de diferenciação entre o que eu sempre ouvi, né, e vi, com toda a distância que eu tenho desses meus amigos, a Vaidapé, que eu cheguei a participar, que eu participo ainda de vez em quando mais ativamente, que eu tenho mais propriedade pra falar é a questão do organismo. Justamente por não ter um chefe direcionando, o que é bem diferente do que eu falei ali atrás de questão de organização, é isso. Não tinha alguém pra falar: “ó, vocês vão falar sobre isso porque isso é quente”. Ah, ou “não, tal pauta caiu porque vai pegar mal pra revista”. Ou “x”, “y”, “z”. A questão da redação formal, a gente sempre teve uma discussão muito legal que era aberta. O que também tenho críticas a isso, porque acaba se dando muitas voltas pra não chegar a lugar nenhum ou, às vezes, no mesmo lugar que o jornalismo formal. É uma coisa bem legal por isso. É a questão, que você participou, das reuniões abertas ou quando alguém tinha um problema, mais ali na questão textual, de como ia atingir o problema, ele não chegava em alguém que ia falar “a” ou “b”. Ele conversava com todo mundo que tava ali na sala: “ó, gente, tô com um problema assim. Que cês acham?”. É uma coisa que eu acho que é bem diferente desses dois sistemas, da galera que tá numa redação ali já estruturada há 15, 20 anos, e o coletivo que tá ali há quatro, por exemplo.

**Pesquisadora:** No seu entendimento, existe alguma vantagem ou desvantagem nessa diferença? Na sua avaliação, dá pra pensar essa diferença em termos de vantagens e desvantagens? Tem algum aspecto do modelo convencional que você acha que teria um efeito positivo pra Vaidapé se fosse aplicado na organização dela?

**Pedro Paulo Mirilli:** Sim. É como eu falei, né: “eu, Pedro Paulo, sou um cara meio cartesiano. Eu gosto de firmeza de horário, de rotina pra questão, nem de criação, mas de produção”. É uma coisa que eu sempre achei que faltou dentro da Vaidapé era uma assiduidade profissional. Porque ser profissional não quer dizer ser da grande mídia, da mídia formal. Nada a ver uma coisa com outra, ao meu entendimento. E essa falta de disciplina que eu acho que falta porque uma questão que toca bastante é a questão do financiamento, né. A maior parte ali do pessoal da Vaidapé não precisava de dinheiro até ontem. Fazia a coisa como um *hobbie*, uma grande paixão. Agora que a galera começa a pensar em sair da faculdade, a querer um lugarzinho pra si, ou um dinheirinho pra poder viajar, né, por conta, isso começa a pesar porque a Vaidapé não dá salário, não dá dinheiro, salvaguarda em grandes projetos quando são com funções muito específicas. Coisa que eu vejo que na grande mídia todo mundo ali tem um salário, todo mundo ali tem um quadro de

horário, uma escala de trabalho, coisa que eu sempre achei uma grande falta dentro da Vaidapé. Não posso responder por outros coletivos, mas essa coisa de não ter sempre as mesmas pessoas de segunda a sexta num horário “x” até um “y” foi uma coisa que me incomodava porque cê chegava na redação esperando já ter tantas pessoas ali e, às vezes, você era o primeiro a chegar. E você precisava ficar – não tô falando só por mim, né, esse “eu” é generalizado – ali até umas oito, nove horas da noite pra bater um texto e galera já tinha ido embora cinco, seis horas da tarde. Esse informalismo junto da questão de ali ser todo mundo muito amigo, de ter crescido junto, de, na devida metáfora, a panelinha estrutural ali ter sido bem forte – é uma panelinha de pressão, eu diria – acabou atrapalhando. Eu sempre gostei de separar amizade de trabalho. Eu costumo ser muito duro com os meus amigos na hora que eu tô trabalhando – mas na hora que eu volto a ser amigo, é só amor. Essa acho que a principal diferença que talvez tenha sido também uma das grandes [irritações] que me vieram a tomar essa atitude de abrir o meu peito e falar que eu tava saindo fora pra procurar novos ares pra no futuro voltar com isso que eu imagino, essa disciplina dentro do trabalho.

**Pesquisadora:** Entendi. Você acha que isso algo então que faz falta.

**Pedro Paulo Mirilli:** Sim, é. Mas aí também tem um outro ponto: porque os meus amigos que estavam, que estão, nessa questão do jornalismo formal, reclamam do que eu falei, de ter que responder pra alguém, de não poder fazer aquilo que sente ou escrever da forma que viu, ou que acha que o tema mereça. Ou aquele distanciamento jornalístico que é super necessário, também sou meio contra uma paixão dentro das escritas pra se contar uma história, mas, né, se eu puder só dar o revés, já que eu nunca trabalhei numa redação grande, eu acho que, pra mim, o primordial é isso, é manter uma escala de trabalho ou, pelo menos, algo aí entre – entre parênteses – o dinheiro que possa manter pessoas ali focadas no trabalho Vaidapé.

**Pesquisadora:** Tá certo, Pedro. Obrigada. Daqui do meu roteiro era isso, se tem algo que queiras acrescentar ou reforçar pode ficar à vontade (de repente, algo que passou mais batido).

**Pedro Paulo Mirilli:** Então, acho que pra complementar é isso, só a minha gratidão a tudo que eu pude passar ali dentro. Porque a galera costuma ficar feliz só quando dá certo e eu costumo ficar feliz quando dá errado porque aí que a gente tem a oportunidade de modificar, de fazer crescer, dar mais passos. A Vaidapé teve muitos sucessos. Acho que mais sucessos do que fracassos nesses tempos todos, mas todas essas quedas, esses tropeços têm que ser diariamente lembrados pra

gente tentar entender, como eu falei, onde a gente quer chegar, com quem a gente quer chegar, quem são as pessoas que estão vindo até nós no momento. Eu acredito também que isso seja uma fase de vida, por ter sido um coletivo na transição de faculdade e mercado formal, ou até mesmo a saída do ensino médio, dessa questão da pré-adolescência até o mundo de fato, você vê que você é só mais um grãozinho de areia e que tudo bem, porque existe espaço pra todo mundo. Acho que é isso. Acho que o meu complemento é essa gratidão ao caos que a mídia independente tá trazendo pro mercado formal de trabalho. Não só no jornalismo, acho que eu posso responder mais pela questão da expressão artística, enquanto artes visuais, né, porque se isso não acontecer a gente vira o Romero Brito [risos].

**Pesquisadora:** [risos] Entendi, bacana. Tá certo então, Pedro. Muito obrigada pela tua atenção, foi muito legal a conversa.



**Ubirajara Eclécio Neto, 22 anos, produtor cultural (graduação em Jornalismo na PUC – trancamento no último semestre de curso, com intenção de retornar)**

*Entrevista concedida em 30/11/2016, no campus da PUC, em São Paulo.*

**Pesquisadora:** Quando você entrou na Vaidapé?

**Ubirajara Neto:** Eu entrei na Vaidapé no final de 2013, um pouco depois do lançamento da segunda edição da revista.

**Pesquisadora:** Bem no início então, do projeto.

**Ubirajara Neto:** É, bem no início.

**Pesquisadora:** Você teve outras experiências com jornalismo antes de atuar no coletivo?

**Ubirajara Neto:** Sim. Eu fiz um estágio de assessoria de imprensa na Prefeitura [de São Paulo], no Diretório Regional de Educação da Freguesia do [incompreensível], em Brasilândia. E também trabalhei num jornalzinho – que era uma zine, na verdade – de futebol, que chamava O Corneteiro. E aí foi realmente lá que foi minha primeira experiência fora do meio acadêmico no jornalismo.

**[Pesquisadora:** Nessa organização da Vaidapé, entre colaboradores mais esporádicos e integrantes que fazem parte mais dessa concepção do projeto, em qual dessas duas frentes vocês se identifica mais.

**Ubirajara Neto:** Acho que a minha colaboração é mais pontual. Porque, como também agora já flutuei muito na Vaidapé, no jornalismo, e agora eu tô mais cuidando dessa área de produção cultural, de evento, de atividades. Eu acho que é pontual as minhas ajudas, mas acho que eu participo do coletivo há tanto tempo que muitas mudanças acho que talvez eu fico mais nessa concepção aprofundada assim.

**Pesquisadora:** Entendi. O que motivou seu interesse em se aproximar da proposta e em estar aí participando de alguma forma dessa concepção também?

**Ubirajara Neto:** Na época que eu tive contato com a Vaidapé foi uma parada muito latente assim. Porque era Jornadas de Junho acontecendo, e os movimentos sociais ganhando força, e, ao mesmo tempo, era um sucateamento muito gigante no jornalismo convencional e acabei me aproximando da proposta justamente por não me sentir contemplado fazendo jornalismo, como um futuro jornalista, eu não me sentia contemplado em exercer essa profissão da maneira que ela tava sendo exercida nesses grandes tabloides, etc. E daí, ao mesmo tempo veio esse "boom" da mídia independente, muita mídia independente aparecendo e tinha uma muito perto de mim. E esse foi o primeiro contato que me

aproximou, mas aí depois a gente cada vez vai se enfiando mais, porque... não sei, é aqui, né, meu projeto de vida assim, trabalhar em várias áreas. Acho que o jeito de exercer a comunicação também é muito interessante, que a gente faz lá na Vaidapé, justamente por ter ali a Internet, ter a revista essa parte mais jornalística, mas também estar atuando na rua, ocupando espaço, tendo diálogo com comunidade. Acho que isso é essencial. Foi o que me aproximou.

**Pesquisadora:** E como foi essa aproximação? Qual foi seu primeiro contato com o projeto?

**Ubirajara Neto:** O meu primeiro contato foi numa reunião de pauta que tava rolando, inclusive, aqui no centro acadêmico de jornalismo. A Vaidapé sempre tentava trazer mais gente pro projeto, desde sempre a parada era que houvessem colaborações e sempre estar todo mundo ali fazendo a parada. Foi numa reunião de pauta que eu decidi por fazer uma entrevista com o Rael, que é rapper, e aí foi minha primeira publicação na Vaidapé. E esse foi o primeiro contato, foi uma reunião de pauta há muito tempo [risos].

**Pesquisadora:** A partir dessa reunião, você já começou a colaborar ou teve algum intervalo?

**Ubirajara Neto:** Eu entrei e comecei a colaborar. Claro que em alguns momentos mais, outros menos. Quando eu fui estagiar na Prefeitura, fiquei um pouco afastado da Vaidapé. Na produção de conteúdo mesmo... mas sempre mantive alguma frequência na hora que eu comecei realmente, publiquei uma, outra, aí já tava ali nas discussões, tenho um texto na terceira revista também. E aí foi indo.

**Pesquisadora:** Você se identifica com alguma função específica dentro do coletivo atualmente?

**Ubirajara Neto:** Hoje, eu falo que essa parte de produção cultural eu me identifico muito. Até acho que eu trouxe um pouco essa bandeira da produção cultural na Vaidapé pelo fato de acreditar nesse diálogo na rua, cara a cara, e não só escrevendo matéria, reportagem. Eu acho que isso também é jornalismo. A gente colocar ali um amplificador numa praça e o moleque poder ir lá e mandar uma rima no rap, falar alguma parada, recitar algum poema, acho que isso também é jornalismo.

**Pesquisadora:** Uma atuação mais ampla do que o veículo em si.

**Ubirajara Neto:** Uma atuação mais ampla, exatamente. Eu acho que ultrapassa esse limite da matéria jornalística. Eu acho que isso tudo são padrões que eu acho que, quando apareceu essa parada da produção cultural, a gente pensou que, porra, tem muito a ver com a Vaidapé, tem muito a ver com a atuação que a gente já procura fazer. Foi muito na época do primeiro Redes e Ruas que a gente foi premiado, que foi "O

Grito do Pé Preto", que a gente fazia atividade lá no Grajaú. Foi ali que a gente percebeu que, porra, isso tinha tudo a ver com o que a gente tava fazendo. Então, aí foi a hora que a gente expandiu. Hoje, eu me encaixo nesse eixo da Vaidapé.

**Pesquisadora:** Quantas horas, em média, você se dedica as atividades do coletivo por semana de modo geral? Se isso mudou muito desde o início pra cá, gostaria que você comentasse os diferentes momentos.

**Ubirajara Neto:** Com certeza mudou. No começo não era uma parada tão compromissada, era um coletivo, que eu achava muito massa. "Odeia a mídia? seja a mídia!", a galera vinha com esse discurso, eu achava muito massa mas não tinha uma atividade constante. Publicava matéria, fazia algumas coisas, mas não era também que eu dedicava muitas horas da semana, poucas horas eram dedicadas. Hoje, eu já acho que mudou. Até pensando nesse outro eixo, que é o que é o que eu mais me encaixo na Vaidapé, hoje eu me dedico muito mais. Inclusive, o meu nome tá de proponente do edital, então, tô fazendo muito essa correria do edital, indo pra lá e pra cá. Sei lá, vou chutar que, no mínimo, umas três horas por dia eu tô fazendo alguma coisa relacionada a Vaidapé. Seja pensando em algum projeto, seja pensando no coletivo, seja fazendo alguma coisa mais prática mesmo, essa função que veio com o edital, por exemplo, que tem tudo a ver com a produção, etc. Mas acho que é mais ou menos isso, umas três horas por dia deve ser o mínimo.

**Pesquisadora:** Você poderia descrever um pouco mais essa sua rotina? Mesmo que não seja sempre igual, mas a sua rotina de atividades, nessas três horas por dia?

**Ubirajara Neto:** Vou falar mais do que tá acontecendo agora, do que tá mais claro. Vira e mexe tem alguma documentação que precisa ser assinada ali na Prefeitura, o projeto do edital, escrever e etc., o que foi pensado ali, eu tava escrevendo junto. Até as mudanças, pensar em reunião pra chamar gente. A gente lançou a revista [número] seis agora e teve os eventos da revista seis, então, pensar a programação mesmo, as atividades culturais que a gente poder estar exercendo, na rua, com acessibilidade, sem ficar elitizando a cultura em si também, né, que é elitista. Não sei, mas, respondendo e-mail, vira e mexe, porque ainda, mas agora nessa fase é muito e-mail que vem, pedindo documentação, mas também orientando quais são os próximos passos do edital, como ele deve ser realizado. Então, chama pra reunião de prestação de conta, chama pra reunião pra explicar porque que tá demorando pra cair a verba. Fiquei muito... esse semestre assim da Vaidapé foi muito dedicado a idas e vindas a Prefeitura, responder e-mails, mudar documentos, declarações e assinar, levar até lá, fiquei mais nessa parte

da função do edital. E quando a gente tava fazendo o evento de lançamento pensar nos dois eventos, no CEU Butantã e no calçadão do Grajaú, nos coletivos que a gente ia tá somando junto, os próprios artistas e por aí vai. Mais essas atividades, assim, externas.

**Pesquisadora:** Produção de conteúdo você não costuma fazer?

**Ubirajara Neto:** Produção de conteúdo faz muito tempo que eu não faço na Vaidapé. O último foi... se não foi começo desse ano [2016] foi final do ano passado.

**Pesquisadora:** Entendi. Atualmente, além do vínculo com a Vaidapé, você tem algum outro tipo de ocupação, divide seu tempo com outros projetos, atividades? Quais?

**Ubirajara Neto:** Eu tenho um coletivo de produção independente também (a gente chama assim) que é a Coisaboa produções, que trabalha muito com artista, mas também a gente trabalha muito em atividade na rua, então a gente tá organizando agora um festival numa praça ali na Vila Mariana, bem perto do Cambuci [checar grafia]. A gente escreve edital pra um monte de artista, organiza evento, procura, tipo, trabalhar mais com essa parte da arte, menos com a atuação militante. Propondo reflexões, com movimentos sociais, etc., mas voltado pra uma classe artística. Então, a gente vai trabalhar com livro, tamo divulgando agora um livro independente de um poeta do Cambuci também, sarau e por aí. Mais diferente do que na Vaidapé. Mas, inclusive, a gente – esse meu outro parceiro, porque o coletivo também é eu e ele – a gente ajuda muito na Vaidapé. Vira e mexe, ele cola aqui na Vaidapé, o próprio lançamento ele tá comigo pensando, rola esse intercâmbio. Até porque eu falo que foi ali vendo o Grito do Pé Preto acontecer no Grajaú que eu falei: "porra, isso talvez seja o que eu realmente acredite que possa fazer alguma diferença". Não que eu busque também fazer muitas diferenças, mas algo melhor assim.

**Pesquisadora:** Você viu o espaço a partir desse evento da Vaidapé?

**Ubirajara Neto:** Exatamente, exatamente. Me aproximei muito do evento, comecei a querer ajudar lá e aí percebi que "porra, é isso!". A Vaidapé é um coletivo de comunicação que tem um eixo principal voltado na produção de conteúdo, eu acredito nisso. E eu vi que ali, colocar tudo que eu queria fazer com produção cultural talvez não fosse o local, desvirtuasse um pouco o que é a Vaidapé. Ainda mais, né (você acompanhando ali a reunião), a gente tá num momento meio nebuloso de tentar se achar, de novo. Eu achei que talvez não fosse o momento também de chegar com um projeto muito ambicioso assim, muito grande, de querer atuar com uma comunidade artística. E aí a gente viu a brecha de, porra, vamo então fazer um coletivo nós dois, que seria pra

produção cultural, voltado pra essa classe artística, pensar na música como um manifesto também. Então, trabalha muito com rap, com samba, que são essas... a cultura mais marginalizada assim. A gente atua muito lá no Cambuci, principalmente.

**Pesquisadora:** Então, no momento, o seu tempo se divide entre a Vaidapé e esse coletivo?

**Ubirajara Neto:** É isso. No momento, tem sido isso.

**Pesquisadora:** De forma geral, a partir da sua experiência no coletivo, como que você avalia a forma de organização da Vaidapé?

**Ubirajara Neto:** Ah, eu acho que a gente é um pouco desorganizado. Sinceramente, acho que é pouco desorganizado, acho que a gente é um pouco aflito até. Até pelo coletivo ser um pouco novo assim, se você pensar, quatro anos não é muita coisa. E acho que acabou tomando uma proporção muito grande, a gente sempre tá tentando lidar com essa proporção. E aí acho que acaba ficando desorganizado, porque, é isso, nunca rolou um plano de trabalho: "vamos fazer um plano de trabalho pra esse mês, pro mês seguinte". Geralmente, as coisas vão acontecendo. É bom, a gente trabalha bem no improvisado, acho que nunca prejudicou a Vaidapé isso, mas, com certeza, poderia ter vindo muito mais coisas, eu acho, se a gente tivesse uma organização melhor, pensando mais nessa profissionalização mesmo dentro do que a gente faz. Porque é muito difícil hoje você viver com a mídia independente, se sustentar com isso. Aconteceu isso, a galera foi saindo da faculdade, se formando, e começou a "porra, tô agora numa outra aflição, que é: eu preciso me virar pra dá um jeito de sustentar a minha vida". E eu acho que foi aí que pegou a organização, porque talvez se a Vaidapé tivesse organizada, e a gente tivesse pensado nisso tudo, de que as pessoas iam se formar e iam acabar a faculdade, iam precisar buscar remuneração em algum lugar, talvez se a gente tivesse se organizado melhor, a gente teria conseguido não se fragmentar tanto pra cada um fazer um corre além da Vaidapé. Então, talvez a gente tivesse conseguido integrar tudo e conseguir fluir a parada. Lógico, tem toda aquela discussão de que é muito difícil também pra um coletivo que pode ter um núcleo mais duro mas ele trabalha com diversos colaboradores e são muitos, a gente não tem condição nenhuma financeira de remunerar ninguém na Vaidapé hoje. Mas acho que se a gente tivesse uma organização, talvez a gente teria conseguido pensar um pouco melhor, mais claro assim. As ideias estariam mais claras. Acho que a gente ainda fica muito no nebuloso e trabalhando muito no improvisado.

**Pesquisadora:** Pensando um pouco numa comparação com o jornalismo convencional (quando eu digo jornalismo convencional me

refiro não só a grande mídia, mas ao jornalismo feito nesse modelo). Na sua avaliação, qual que é a principal diferença dessa forma de organização que vocês desenvolveram na Vaidapé pro modelo convencional?

**Ubirajara Neto:** Da forma de organização?

**Pesquisadora:** É em relação à organização, estrutura, forma de trabalho. Pensando nesse conjunto, qual o diferencial que você apontaria como principal?

**Ubirajara Neto:** Eu acho que o diferencial assim é – que pode ser por um lado ruim, mas, por outro lado, ajuda – essa maleabilidade no horário de trabalho. Porque, não sei, mas eu acredito que tem pessoas que vão produzir melhor de manhã, tem pessoas que vão produzir melhor à noite e quanto mais liberdade elas tiverem de trabalho mesmo assim (tem o compromisso, mas tem uma liberdade de trabalho) eu acho que é mais produtivo. Então eu acho que é esse modelo muito capitalizado, que é a manchete por likes a mais. É um trabalho que, pô, querendo ou não, o piso salarial dos jornalistas hoje ele é completamente ignorado também. As pessoas tão trabalhando muito mais do que elas deviam, ganhando muito menos e, não sei, acho muito explorador, acho que não vai muito de acordo até ideologicamente com o que eu acredito acho, que o coletivo nosso, acredito. Acho que até por aí que rola essa desorganização, é uma coisa nova também e a gente não tem muita base pra conseguir definir e estruturar todo esse planejamento, etc. Mas isso. Acho que, porra, o que diferencia a gente é não só ali na conotação ideológica mesmo, acho que o jeito de expor situações, de mostrar fatos, a gente trabalha de uma maneira muito diferente também desse jornalismo mais convencional, que é ensinado nas universidades. Que você não pode escrever assim porque você tá errado de acordo com uma norma culta, que hoje em dia a gente questiona: "porra, então cê tá querendo dizer que a gente falando ali um monte de gíria na quebrada isso não vale de nada?". Então, a gente procura escrever também de uma maneira que converse mais com todo mundo sem querer buscar o leitor específico que seja educado, instruído e tenha toda essa carga acadêmica, sabe? Acho que a gente procura mais ir pra um outro lado, essa coisa da rua acho importante sempre, você ter uma linguagem da rua porque é uma atitude importante, a rua tá aí falando há muito tempo e ninguém ouve porque todo mundo fala que: "ah, fala errado". Não, quem fala errado é você que pensa assim. Acho que isso é o que diferencia principalmente assim. A gente não quer tomar a voz de ninguém, a gente quer amplificar a voz. A gente quer evidenciar as injustiças. Acho que a Vaidapé trabalha muito por esse

caminho, que realmente vai contrário a toda essa lógica até mercadológica do jornalismo, de você produzir a matéria quente, soltar o mais rápido possível e aí você solta sem muita reflexão, você acaba não tendo o filtro necessário às vezes, e a sensibilidade mesmo de expor, devido à situação, porque você tem que lançar rápido. E acho que a Vaidapé hoje não é um coletivo que cobre pauta quente, é um coletivo que prefere trabalhar mais nas reportagens, nas matérias, pra ter uma reflexão e gerar um debate, principalmente.

**Pesquisadora:** Você comentou no início a questão de lado bom e lado ruim. Queria que você falasse um pouco mais sobre isso, se você vê, pensa essa diferença em termos de vantagens e desvantagens, e se tem algum aspecto do modelo convencional que você acha que se aplicado à realidade da Vaidapé, com a devida adaptação, seria positivo pra organização do coletivo.

**Ubirajara Neto:** Eu acho que, assim, esse aspecto de planejamento é uma coisa fundamental. E acho que não só esse modelo convencional trabalha isso, mas a maioria de coletivos até que tão ali atuando constantemente eles têm um planejamento, de estrutura mesmo. Que inclusive foi muito debatido ali na reunião. Porra, que legal, saí feliz de lá achei que foi produtivo justamente porque [foi] a primeira vez que a gente falou com convicção que era necessário um planejamento. E... não sei, é difícil essa pergunta. Mas porque eu também acho foda. Por exemplo, acho que o mercado do jornalismo ele tá muito prejudicado, pensando na remuneração da galera e o pessoal se conseguir dedicar integralmente a Vaidapé, eu acho difícil até porque a gente tem essa parada que eu acho muito importante da revista impressa, é uma discussão hoje no coletivo, mas eu acho que ela é fundamental, ela tem também uma resistência nesse meio do jornalismo. Porque quem que imprime uma revista e distribui gratuito? E consegue imprimir 5 mil exemplares. É pouco? É pouco, mas acho que tem uma proporção grande você conseguir imprimir cinco mil revistas na qualidade que tem assim de papel, de impressão, pra você distribuir de graça. Mas é uma pergunta muito difícil. Porque, assim, lógico que vão ter vantagens e lógico que vão ter desvantagens você seguir um convencional. Até porque, é isso que o sistema quer, né, que a gente siga o convencional que vai dar tudo ok. Mas não é isso que acontece muito. Então, acho que a Vaidapé é mais um... não vou falar que é um tiro pro alto assim, mas é uma tentativa de mudar isso. Tentar mostrar como isso também pode ser o convencional – lógico [risos], pensando num planejamento, estruturadinho, acho que a gente pode falar isso, porque ainda acho desorganizado.

**Pesquisadora:** Isso seria bem-vindo?

**Ubirajara Neto:** Isso seria muito bem-vindo, planejar, organização e talvez até dá uma frequência de pô: "o, galera, pelo menos duas vezes por semana cês colam". Porque acho importante o movimento do encontro, conversar, a gente troca experiência. Tem ideias, as ideias surgem mais, ideia de pauta, ideia de evento, de tudo, né. Então acho que sim, esse planejamento mensal, anual, acho que seria muito bem-vindo e importantíssimo assim pra Vaidapé. Acho que seria bom.

**Pesquisadora:** Tem algum aspecto que gostaria de acrescentar, algum comentário a mais?

**Ubirajara Neto:** Acho que não. Acho que consegui falar tudo que eu penso.



**Vinicius de Oliveira Fernandes Pereira, 24 anos, graduando em Jornalismo na ECA – USP**

*Entrevista concedida em 1/12/2016, na casa do entrevistado, em São Paulo.*

**Pesquisadora:** Quando que você entrou na Vaidapé?

**Vinicius Ferreira:** Eu entrei por volta de julho de 2013, mais ou menos.

**Pesquisadora:** Ok. Nessa divisão mais ou menos entre colaboradores mais esporádicos e pessoas que participam mais de um núcleo, uma parte mais de concepção de um projeto, em qual delas você se enquadra?

**Vinicius Ferreira:** No núcleo que [incompreensível], mais ativo no projeto. Embora a minha participação seja um pouco variável, dependendo se eu estou empregado ou não, se eu estou ocupado com outras coisas ou não. Mas sou um membro mais fixo.

**Pesquisadora:** Entendi. Você teve outras experiências com jornalismo antes de participar da Vaidapé?

**Vinicius Ferreira:** Só a experiência do curso, os jornais laboratório do curso. Só isso. Eu faço jornalismo mas não me vejo como jornalista e nunca quis ser, na verdade. Eu sempre trabalhei... Eu sou da parte mais técnica da Vaidapé. Eu que desenvolvi o site, trabalho com a parte de edição de vídeo e mesmo, sei lá, técnico de som quando a gente faz evento, sabe?

**Pesquisadora:** Entendi.

**Vinicius Ferreira:** Então meu único envolvimento jornalístico mesmo é a Vaidapé.

**Pesquisadora:** E o que te motivou a participar do coletivo e a se envolver de forma mais intensa na concepção dele?

**Vinicius Ferreira:** Primeiramente, eu meio que convocado pelo João, o Sujão, quando eles estavam fechando a segunda Vaidapé. Eles estavam com um problema para fechar o PDF para a gráfica. E aí a Jay, que é minha amiga há bastante tempo, já estava... é da sala dele na faculdade, ela já estava envolvida na Vaidapé e ela falou para ele que me conhecia e que eu manjava dessas coisas e ele foi até a ECA conversar comigo. Então, primeiro foi assim, eu sempre gostei de revista e desde que entrei na faculdade eu estava afim de pegar um projeto de revista, diagramação, esse tipo de coisa. Eu trabalho com design também bastante. Então a entrada primeira foi essa possibilidade de desenvolver esse lado da diagramação, de botar a mão na massa. E como eu falei na reunião lá, eu já tenho alguma vivência de coletivo e adoro esses espaços que a gente constrói e que a gente pode propor, levar nossos

sonhos, nossos projetos para lá e encontrar uma turma que tenha coisas próximas e possa tornar isso realidade. E isso que me manteve lá. Acabei ficando amigo da galera e a gente foi... Enfim, foi por aí, assim, a primeira entrada.

**Pesquisadora:** Desde que você entrou você participou da tarefa de articular a equipe. Ir atrás no sentido de trazer novos integrantes?

**Vinicius Ferreira:** Trazer novos integrantes, não, nunca. Eu já até comentei com pessoas, mas não sou um cara muito paciente e atencioso, assim. Como a gente estava falando lá de que quando leva alguém tem que meio que monitorar por algum tempo, para ver se a pessoa vai pelas próprias pernas. Eu não sou muito bom com essas coisas, então esse lado de trazer gente eu não fiz muita coisa.

[interrupção]

**Pesquisadora:** Ao longo desse tempo você lembra de ter participado de alguma discussão de forma mais específica sobre a construção de um modelo de organização na Vaidapé? Ou mesmo que não seja uma discussão específica para isso, mas enfim, essa discussão em geral, você participou dela?

**Vinicius Ferreira:** Ah, todo momento, né? Todo momento a gente está discutindo isso. Como deu para notar, embora de fora pareça uma coisa mais ou menos estruturada, que as engrenagens girem direitinho, a gente lá dentro até hoje está meio quase que sempre na estaca zero, de da onde viemos e para onde vamos. Então quase sempre a gente tem reuniões em que a gente debate essa questão. É recorrente desde o começo, de trazer vários pontos de vista, de tentar, de dar errado, de tentar de novo. Você quer que eu comente algo específico?

**Pesquisadora:** Não, não. É mais para ter essa noção geral. Mas se você quiser comentar, também, dar um exemplo específico.

**Vinicius Ferreira:** Específico é difícil, porque é uma coisa que realmente acontece a todo momento, sabe?

**Pesquisadora:** Entendi. É... é mais essa noção que é importante para mim. A parte de buscar recursos que viabilizem as atividades do projeto. Você se envolveu nesse processo ao longo desse tempo?

[00:06:49.15] **Vinicius Ferreira:** Sim, sempre. Deixa eu pensar. Hoje eu sou proponente do edital PROAC de criação de conteúdo cultural que financiou as revistas cinco e seis da Vaidapé. A gente já... Eu ganhei uma vez um prêmio de fotografia, a melhor fotografia do prêmio Juventude Viva da Secretaria de Direitos Humanos aqui da Prefeitura de São Paulo, em uma matéria da Vaidapé que a gente fez lá na Vila Nova Palestina, uma ocupação na Zona Sul de São Paulo. Que eu fiquei sabendo pela Vaidapé que esse prêmio estava rolando, estavam

acabando as inscrições e enviei a foto e ganhei o prêmio, que eram 5 mil reais, acabei não botando nem um centavo desse dinheiro no bolso, foi tudo para a Vaidapé. A gente tentou, agora não lembro se foi no final do ano passado, fazer uma campanha pela Apoia-se, que é uma ferramenta de *crowdfunding* recorrente em que as pessoas assinam. Eu fiz parte também dessa elaboração, que deu super errado, eu fui o único que conseguiu, na verdade, colocar o cartão de crédito naquele site ruim. E, bem, a todo momento, quase que todas as possibilidades... Com o dinheiro daquele prêmio, também, que eu passei para a Vaidapé, eu fui comprar camiseta no Brás, para estampar, para vender. Também deu super errado, porque as pessoas pegando as camisetas e não pagando. As Vaidapé cinco e seis têm uma sessão tipo classificados, fui eu que idealizei esse negócio de trazer para a revista. Eu e o Deco, ultimamente, somos os que mais têm discutido essa questão de financiamento.

**Pesquisadora:** Você poderia me contar um pouco mais sobre essa campanha? Que você chegaram a colocar a campanha no ar e tiraram depois, né?

**Vinicius Ferreira:** Aham.

**Pesquisadora:** Como que foi isso. O que não funcionou bem nesse processo?

**Vinicius Ferreira:** Porque a articulação no começo foi, no começo não, na articulação dessa campanha foram poucas pessoas que participaram, [quem] participou mais ativamente foi acho que eu, o Deco e o João. E não teve um entendimento de todo o grupo do que estava acontecendo. Não era: "estamos entrando nessa campanha", e a equipe estar focada nisso e não teve os esforços suficientes para que essa campanha fosse à frente. Também, a gente nunca conseguiu chegar em um consenso de que tipo de campanha de *crowdfunding* que a gente deve fazer. Se é a recorrente, se é a campanha tudo ou nada, se a gente vai tentar financiar uma manutenção da redação por X tempo, ou se a gente vai financiar um projeto específico. Então foi uma ideia que nunca esteve, e ainda não está consolidada. A gente escolheu uma ferramenta que chama Apoia-se, não é muito divulgada, não é muito conhecida, como é o Catarse, como tá hoje o Benfeitoria e sem... Geralmente quem faz campanhas bem-sucedidas no Catarse, fazem um trabalho de meses, de preparo e de consultoria com as pessoas da ferramenta, [para saber?] a melhor forma. A gente não teve isso, e meio que a gente fez, colocou no ar e não alimentou isso de maneira nenhuma. Então morreu na praia bem rapidamente.

**Pesquisadora:** Entendi.

[interrupção]

**Pesquisadora:** E no caso da articulação das diferentes sedes do projeto. A articulação para viabilizar as diferentes sedes que o projeto teve ao longo desses anos, você participou em alguma delas de forma mais direta?

**Vinicius Ferreira:** Deixa eu pensar. Agora tenho que pensar mais ou menos quando as coisas aconteceram. Primeiro, a gente teve uma sede no Butantã, no Caxingui, mais especificamente, que não participei da articulação, foi mais ou menos... Não sei se começo de 2014, final de 2013, começo de 2014, mais ou menos. Foi um período que eu estava mais conhecendo a Vaidapé e entrando. Como eu não sou da PUC como todo mundo lá, eu ainda passei por um processo para me acostumar com o grupo e eu realmente integrá-lo, assim. E nesse espaço que eu acabei frequentando mais, não participei da articulação que fez a gente estar lá. Depois a gente foi para o projeto Copa, durante a Copa do Mundo de 2014. Que foi aí que eu articulei bastante, porque a gente conseguiu uma casa aqui do lado, na Vila Ida, que a dona da casa era a dona da produtora que eu trabalhava nessa época, que também tinha contato com o Gabriel Medina, que era um cara que já tinha conhecido o Paulo e o João. Meio que o Paulo e o João fizeram uma articulação com ele, enquanto eu fazia uma articulação com ela, ela e esse Gabriel são amigos, já. E a gente descolou, conseguiu que ela financiasse esse projeto por um mês e desse a casa para a gente. Essa casa a gente acabou ficando um pouco mais, um mês e meio, dois. Depois a gente ficou sem lar e ela colocou a gente na outra casa, que foi a primeira casa que eu trabalhei. Ela tem muitas casas assim. Lá em Perdizes, a primeira casa que eu trabalhei para ela. E aí a Vaidapé ficou mais alguns meses lá. Nessa parte, eu fiz parte dessa articulação mais ativamente. Depois a gente voltou para essa casa do Caxingui, que eu não participei dessa articulação, foi uma época que eu estava um pouco afastado da Vaidapé, porque eu estava trabalhando bastante. E quando a gente saiu daquela casa rolou um negócio de, que tinha uma moça, a Ceci, que trabalhava lá e alugava para a gente num preço super [amigável?], uma salinha. Ela estava saindo daquela casa e queria alugar para uma outra pessoa, acho que era a casa da irmã dela. E aí a gente ficou tentando continuar lá, fechar o espaço, alugar aquele espaço, fechar de a metade das pessoas morarem lá, ou conseguir outros coletivos. Eu participei mais ou menos dessa conversa, mas que acabou não vingando e a gente foi para a casa do João. Desde então, não tem muito mais essa discussão, mas precisa ter.

**Pesquisadora:** No caso, nessa casa do Butantã, vocês pagavam um aluguel, né? Nas outras casas, relacionadas ao Copa e a essa investidora que apoiou o projeto, tinha algum tipo de contrapartida para o uso do espaço?

**Vinicius Ferreira:** No Copa não teve, ela deu a casa e deu 12 mil reais, também, para o mês. Ela tem dinheiro, então acabou acontecendo sem contrapartida. Quando termina esse processo do Copa, começa o processo da eleição de 2014 e rola uma pressão muito forte do PT, ela é ligada ao PT e a [incompreensível] é do PT, começa a rolar uma pressão muito forte de que a gente atue nessa direção. Mais ou menos o que o Jornalistas Livres, o Mídia Ninja e muitos outros são hoje, totalmente cooptados. E rolou essa pressão, tanto que foi formado um comitê de campanha do candidato, e muitas pessoas da Vaidapé acabaram formando esse comitê, como indivíduos, para ganhar dinheiro.

**Pesquisadora:** Não como Vaidapé.

**Vinicius Ferreira:** Não como Vaidapé. Rolou bastante rebuliço nessa época, mas a Vaidapé saiu ileso e saiu da casa dela.

**Pesquisadora:** Quanto tempo vocês ficaram nesse segundo espaço?

**Vinicius Ferreira:** Puta, coisa de... Eu não sei, que eu não frequentava nessa época, eu estava muito ocupado. Mas acho que coisa de três meses, quatro meses. Não sei. Não sei dizer exatamente. O Henrique acho que deve ter mais certeza disso.

[interrupção]

**Pesquisadora:** Ao longo desse período que você está como se desenvolveu, como que foi a frequência com que o coletivo se reuniu e com que você participou, você sempre participou de todas as reuniões, isso mudou muito no tempo?

**Vinicius Ferreira:** Bem, o coletivo eu imagino que se reúna quase que diariamente desde que surgiu, principalmente desde que a gente teve aquele primeiro espaço físico no Caxingui. No mínimo semanalmente. Eu tive uma participação, presencial pelo menos, flutuante. Até porque eu não participo do dia a dia da Vaidapé. Eu não participo de produção de conteúdo, na maior parte das vezes. Às vezes, eu faço foto e filme, mas não é uma coisa que acontece tanto. E faço o site, sou mais o *backend* da parada. Então questão de discussão de pauta diária, semanal, de responder e-mail, esse negócio de relações públicas da Vaidapé, é a primeira vez que eu falo como Vaidapé para qualquer lugar. Montei a página do Facebook, mas manter a engrenagem girando é uma coisa que eu não tomo muito partido. Então, eu nunca tive essa frequência tanto quanto a Patrícia, o Henrique. Participo mais de reuniões como aquela que teve, como as duas que você esteve presente, não sei se fizeram

mais contigo. Mais assim de organização do edital, de planejamento das atividades nos próximos meses. Mais essa parte organizacional, desses momentos mais chaves do que em uma frequência diária.

[interrupção]

**Pesquisadora:** Vou passar agora para algumas perguntas mais sobre a sua participação individualmente no coletivo. Você se identifica com alguma função específica dentro do coletivo?

**Vinicius Ferreira:** É mais suporte técnico mesmo. Eu sou o responsável pelo site. É isso, eu diagramei sempre as revistas. Não sempre, mas duas e mais, três. Meio que diagramador de revista. Suporte do site, eu desenvolvi e mantenho, sempre que tem alguma coisa e planejamentos. Mais ou menos isso.

**Pesquisadora:** Entendi.

[interrupção]

**Pesquisadora:** Quantas horas, em média, você se dedica às atividades? Eu gostaria que você pontuasse isso.

**Vinicius Ferreira:** Muda bastante, bastante, assim. Eu trabalho desde antes de o coletivo existir, ao contrário da maioria das pessoas que estão lá. Então minha participação sempre esteve em função da minha carga de trabalho. ultimamente, nesse ano, principalmente, ainda mais que eu vim morar sozinho, pagar aluguel e sofrer, eu quase que não vou, está muito reduzida a minha presença esse ano lá.

**Pesquisadora:** Mas conta. Isso que eu pergunto contaria de atividades de casa também. Enfim, remotamente, horas que você dedica a coisas do projeto, mesmo que não seja lá na redação.

**Vinicius Ferreira:** Aham. Ah, mesmo de casa. Assim, ó. Esse ano, no começo do ano, eu passei bastante tempo desenvolvendo o site da Vaidapé, que no meio do ano passado – meio que de surpresa que eu estava desenvolvendo o site sozinho bem devagarinho –, eles falaram: "vamos soltar um especial", eu acho que era do Carandiru, 111, lá, um especial que tem. "Vamos lançar o especial no site novo, quinta que vem". Eu falei: "Meu, vocês tinham que ter me avisado". Aí eu lancei o site meio que mal e porcamente e, no começo desse ano, eu passei bastante tempo dedicado a aparar as pontas soltas, ali.

**Pesquisadora:** Antes desse lançamento, era um outro site ou não tinha site ainda? Antes de lançar esse site que você comentou, era uma outra página ou vocês trabalhavam só com outras redes, sem site?

**Vinicius Ferreira:** Tinha, desde o começo era [revistavaidape.wordpress.com](http://revistavaidape.wordpress.com). Era um wordpress padrão, tipo um blog, uma coisa bem assim. Aí quando eu entrei, deu mais ou menos, não sei, seis meses, alguma coisa assim, eu fiz o site, eu fiz o primeiro

site vaidape.com.br mesmo. Mas eu também não sabia tão bem ainda quanto eu sei hoje desenvolver. Então era um tema que eu baixei e adaptei ali. Então já teve esse segundo site, que não era tão bacana. esse terceiro eu fiz do zero, o tema inteiro, eu desenvolvi ele todo. É meio que a terceira versão do site da Vaidapé. Tenho até estudado várias, tô pesquisando muita linguagem de programação para desenvolver um 4.0 assim, quem sabe ano que vem.

**Pesquisadora:** Entendi.

**Vinicius Ferreira:** Bem, voltando. Sim, teve período, por exemplo, primeiro semestre do ano passado que eu estava... parei, tranquei a faculdade, estava com uma grana guardada, morando na casa da Jay e eu não precisava estar pagando muito dinheiro por mês para estar lá, então eu ia para a Vaidapé três vezes por semana, sabe? Mas acho que foi o... Tiveram alguns períodos que isso aconteceu, mas acho que o primeiro semestre do ano passado foi a parte mais intensa, mais extensa que eu participei diariamente. Esse ano, por exemplo, eu comecei nessa do site, me dediquei bastante, eu fiz a diagramação da revista cinco praticamente sozinho. Me dediquei bastante, mas também de casa. Fiz só uma matéria de campo que até hoje eu não consegui terminar de editar, que aliás vai ser bombástica, que é uma mesquita islâmica na periferia de Umbu das Artes. Não consegui ter tempo ainda para finalizar esse material. Acho que vai ser a maior reportagem audiovisual da Vaidapé, é um trabalho de uma meia hora de vídeo mais ou menos, mas não consegui. Nesses últimos meses, eu estou bastante distante, só vou em pontos mais específicos, discussões mais sérias.

**Pesquisadora:** Entendi. Bom, a minha próxima questão seria para descrever mais ou menos a rotina dessas atividades. Eu acho que você já fez bastante isso na resposta anterior, mas se você quiser acrescentar algo mais que me ajude a visualizar as atividades que você geralmente faz para o coletivo.

**Vinicius Ferreira:** Acho que geral de atividades que eu faço acho que eu descrevi bem, mais ou menos. Tem outro ponto que é de ter um conhecimento maior de web mesmo e muitas vezes, sei lá, a miniatura que vai sair no Facebook sai errado. E aí falam: "Vini, tô com esse problema aqui, o que eu tenho que fazer?", sabe?

**Pesquisadora:** Como um suporte.

**Vinicius Ferreira:** É, como um suporte. Nos últimos meses, eu também fiz. Aliás, nem terminei, mas tenho feito. Fiz as vinhetas de entrada dos vídeos da Vaidapé, essas coisas de entrar os nominhos da pessoa, essa área de Motion Graphics, eu tenho feito também esse ano. Geralmente dando suporte, agora a Patrícia terminou o TCC sobre a Ilha do Bororé,

fez um vídeo, ela veio aqui semana passada para eu ajudar ela a finalizar o vídeo. Ajudei o Henrique no trabalho sobre o Pantanal, que ele está lançando, deve sair essa semana. A finalizar o vídeo, a fazer as vinhetas, os letreiros. Teve esse lado também de suporte quando eles precisam de algo.

**Pesquisadora:** E atualmente, além do vínculo com o coletivo, que outras atividades, que outros tipo de ocupação você tem? De estudo ou trabalho.

**Vinicius Ferreira:** Eu estou às duras penas tentando terminar a graduação em jornalismo, estou no sexto ano agora, terminando as duas últimas obrigatórias. Espero que [interrupção]. Tô, tenho estudado, mas como eu estou no sexto ano é uma coisa que eu empurro bastante com a barriga, estou fazendo duas disciplinas, já faz uns dois anos e meio, pelo menos que eu não faço mais do que isso por semestre. Estou fazendo uma residência em uma ONG que chama LabHacker, é residência hacker para o desenvolvimento de tecnologia, transparência de dados, sobre dados governamentais principalmente, mas é um estudo de programação mais ou menos. Está ligado a um coletivo que chama Ônibus Hacker, aqui de São Paulo também. Trabalho como freelancer em design, audiovisual e em desenvolvimento web, sempre que possível, para pagar minhas contas. E é isso, cuidando da casa com as meninas.

**Pesquisadora:** De forma geral, a partir desse seu tempo de experiência no coletivo, como você avalia o modelo, ou se você não enxerga um modelo no sentido de padrão, mas a dinâmica de organização construída pela Vaidapé?

**Vinicius Ferreira:** Como eu avalio a dinâmica?

**Pesquisadora:** É, como você avalia de forma geral.

**Vinicius Ferreira:** É bonito de se ver. É uma coisa super orgânica, você vê as pessoas em crescimento durante aquele processo. É bacana porque todo mundo ali começou muito jovem, sabe? Foi em 2013, as pessoas tinham 19, 20, 21 anos e sabiam pouca coisa ainda, só tinham uma ideia na cabeça, cada um mais ou menos com ideias próximas, mas não a mesma. Até hoje essa questão da ideia é mais ou menos a mesma. E a gente foi desenvolvendo, e se batendo, e tentando fazer ela acontecer. [incompreensível] positivo, por um lado também e fica muito no ar o que a gente realmente é, como a gente realmente está organizado e como a gente pode consolidar essa organização para os próximos anos. A gente passa hoje por um momento em que várias pessoas estão terminando a sua faculdade, então para alguns agora é o ingresso no mercado de trabalho, para outros já faz tempo. E aí entram novas



questões de como que a gente vai poder viabilizar, não é mais um... a cada dia, não é mais um coletivo de universitários de comunicação, mas é... Porque não são mais universitários, são pessoas que estão entrando em outras fases, e esse coletivo funcionava com base em uma vida universitária, em uma possibilidade de ter tardes e dias livres e poucas responsabilidades em que você pode fazer aquele seu sonho acontecer. Agora as pessoas têm que cuidar de outras responsabilidades e para continuar nesse sonho precisam, de uma certa forma, de subsídio. E também a Vaidapé cresce, cresce mais e também precisa de uma organização mais séria para segurar essa resposta que a gente tem criado nesses quase quatro anos de existência, né? [pausa]. É importante também que surge como revista Vaidapé, depois que vem o entendimento de coletivo, não só revista, tem rádio. Mas é muito difícil, porque a gente se propõe a fazer tudo: tem site, tem evento cultural, tem rádio, tem revista, tem produção audiovisual. E principalmente, essa questão da revista ela é extremamente cara, para você imprimir. Aliás, foi uma briga muito forte, que eu sempre tive, que eu consegui meio que dar um golpe nesse PROAC, que eu sou proponente. A revista Vaidapé custa 12 a 13 mil reais para ser impressa. No começo, eram mil exemplares – você já 1, 2, 3 e 4? São revistas grandes, de 80 páginas, muito mais bonitas que as revistas que têm dinheiro para ser impressa. E é muito difícil um coletivo levantar 12 mil reais para distribuir de graça na rua, dessa forma. Eu disse que eu dei um golpe porque eu escrevi, eu participei da escrita do PROAC e sabia que o PROAC é de 25 mil reais. A gente prometeu fazer duas edições com 5 mil exemplares, o que eu sabia que era completamente impossível se a revista se mantivesse naquele mesmo padrão que ela tinha antes. Quando o edital é aprovado e as pessoas percebem isso, eles queriam diminuir o número de exemplares da revista. "Ah, vamos fazer 3 mil em vez de 5, então", porque tinha um apego por aquela revista que era maravilhosa. [incompreensível] é para baratear esse negócio, e aí a revista foi de mais de 10 reais por exemplar para R\$ 2,50, agora. Diminuí o tamanho.

**Pesquisadora:** Foi nesse momento que diminuí o tamanho também?

**Vinicius Ferreira:** Foi nesse momento, foi o golpe que eu apliquei neles, basicamente. E o que torna ela mais viável, né? Que a gente consiga imprimir revista e, ainda mais em um ano, a gente botou 10 mil exemplares na rua e, nos últimos três, a gente tinha botado 3.500 exemplares na rua. E é uma questão difícil para o futuro do coletivo, porque em 2014... a gente fez uma em 2013, outra em 2014, e 2015 a gente não conseguiu... Duas em 2014. Eu esqueci a ordem, só sei que, em 2015, a gente não conseguiu imprimir revista porque é muito

dinheiro. E a gente conseguiu agora em 2016 com esse PROAC e, pro ano que vem, só Deus sabe. Então, a gente tem essa questão, que é um desafio bem grande para a organização do coletivo, para a manutenção dele. Se isso continua como revista Vaidapé. Eu entrei por causa da revista, já tinha... eu entrei nesse processo de imprimir a 2, a primeira foi em abril e a 2 foi em agosto de 2013, mais ou menos. E eu entrei muito, eu tinha ouvido um menino falar que queria fazer a revista, não sei o quê. Não botei muita fé. E quando eu fui no lançamento da primeira e vi eles distribuindo a revista real, ali me deu uma empolgação que fez com que eu entrasse também, quando o Sujão veio falar comigo. E eu acho muito importante essa questão da revista, não só porque eu tenho gosto por isso, mas porque é uma ilusão achar que a informação está circulando e está acessível para todo mundo porque a gente tem Internet. Você pode ter um site na Internet lindo, maravilhoso, funcionando, só que para fazer as pessoas chegarem lá é muito difícil. Tá todo mundo conectado, só que conectado no quê, né? No Facebook.. e elas não estão necessariamente ligadas nesses canais de informação. No Brasil inclusive, a gente vê que está diminuindo o número de computadores domiciliares, desktop, e aumentando o número de smartphones. Então, mostra uma conectividade, mas uma conectividade pouco crítica, e pouco empoderada dessa tecnologia. E é só 50% das pessoas no Brasil que têm acesso à Internet, embora em São Paulo deva ser um número bem maior, né? Para mim essa questão da revista impressa é uma socialização bem importante. E é um desafio bem grande na organização da Vaidapé e no futuro do coletivo. [inaudível]

**Pesquisadora:** Isso que você comenta da importância de manter o impresso. Você vê alguma relação, te motiva nessa visão a questão, de repente, do público da Vaidapé? A revista tem uma relação muito forte com a periferia, né? Você acha que nessa realidade especificamente o impresso ele faz uma diferença, em relação à Internet?

**Vinicius Ferreira:** Com certeza. Com certeza, porque, não sei, a gente pode ir até os confins de todas as periferias, fazer os eventos que a gente faz, levar os shows, levar qualquer coisa. Não adianta a gente ficar gritando no microfone: [www.vaidape.com.br](http://www.vaidape.com.br) e acesse facebook/vaidape. Entrem, vai lá. Não vamos, não vamos. Se você chegar em um evento no Grajaú, para sei lá quantas pessoas, vão no nosso evento, 300, 500. Vão ser 30 que vão entrar no site de você fizer um negócio desse e, se for, muito. E que vão ler alguma matéria do site, dois. Agora, se você entrega lá 500 revistas, pode ter certeza que 450 pessoas vão ler algum texto dentro daquela revista. Mais ainda porque revista circula de mão em mão. Então, no sentido dessas pessoas realmente terem acesso a essa

informação, realmente olharem e se depararem e terem o prazer de ler e se sentirem impelidos àquilo, eu acho que é chave. Porque além da dificuldade de fazer a pessoa chegar na Internet, é uma atenção muito fluante que a gente tem quando a gente está navegando na Internet. E a galera gosta de escrever, gosta de escrever texto. Eu mesmo não leio texto da Vaidapé no site, é muito raro. Mas quando chega a revista, eu leio ela inteira. Eu acho que é importantíssimo, sim. Principalmente nas periferias, para fazer o pessoal ler e chegar no conteúdo mesmo.

**Pesquisadora:** Entendi. Ainda falando sobre o modelo de organização, mas pensando uma relação aí com o modelo convencional. Quando eu me refiro ao convencional, não me refiro só à grande mídia especificamente, mas um jornalismo que é feito nesse mesmo padrão, mesmo que seja um jornal pequeno. Nesse mesmo padrão da grande mídia. Na sua avaliação, qual que é o principal diferencial desse modelo, dessa dinâmica que vocês adotaram na Vaidapé, para o modelo do jornalismo convencional? Em relação à organização e estrutura.

**Vinicius Ferreira:** Acho que a diferença é completa e total. Acho que nem se compara, acho que são coisas completamente diferentes. Eu faço jornalismo, não me considero um jornalista, tenho um problema sério com o jornalismo. Não gosto nem da palavra, na verdade. É comunicação e mídia, eu acabo usando mais do que jornalismo. Fico brincando que é a única faculdade, a única área do conhecimento que termina com ismo. Eu falei isso e disseram turismo, uma vez, é verdade. É completamente outra, né? A mídia tradicional são empresas, são organizações hierárquicas, são organizações que você pode ser desligado delas porque alguém decidiu isso. Em que você não tem acesso ao meio de produção de fato e em que você [não] pode publicar aquilo que você quer. Hoje na Vaidapé qualquer pessoa – primeiro que é muito aberto as nossas senhas, qualquer pessoa que faça parte, que se aproxime minimamente com um pouco de seriedade vai ter acesso aos meios de comunicação, o site, no Facebook e vão poder circular, e circular as suas ideias lá sem muito ter que pedir autorização para os outros, que é completamente diferente da mídia tradicional. Tem essa questão de hierarquia, a questão de autonomia das pessoas que participam, e os próprios assuntos que a gente debate, né. Eu acho que é outro mundo.

**Pesquisadora:** Você veria, no seu entendimento, vantagens e desvantagens nessa relação, nesse modelo. Tem algum aspecto do modelo convencional que você acredita que poderia ter um efeito positivo na organização da Vaidapé se fosse aplicado, com adaptações, ao coletivo?

**Vinicius Ferreira:** Ter dinheiro, né? (risos). É um aspecto mais organizacional?

**Pesquisadora:** É, algum aspecto de estrutura, de organização do trabalho. A divisão, as tarefas, hierarquia, setorização em editorias. Esse tipo de aspecto. Ou algum detalhe. Que não seja exatamente o fim, que é ganhar dinheiro, mas uma forma de se chegar nisso.

**Vinicius Ferreira:** Ah, eu sou muito descrente do jornalismo. Eu acho que algo que poderia ser positivo é ter um pouco mais de preocupação com a qualidade do conteúdo que é veiculado. Embora seja chorume o que saia na imprensa, pelo menos dentro dos critérios diabólicos que eles trabalham, eles prezam por uma eficácia. Não é eficácia a palavra que eu quero, uma precisão maior naquilo que está sendo dito, sabe? A informação é revista mais vezes.

**Pesquisadora:** Algo como um padrão de qualidade, talvez?

**Vinicius Ferreira:** É, mais ou menos um padrão de qualidade. Mas também que não se coloque como um padrão de qualidade, mas uma preocupação maior em desenvolver um pouco mais o conteúdo, até para ser mais incisivo mesmo naquilo que a gente faz. Porque a gente trabalha com temas de denúncia, trabalha com coisas sérias, só que às vezes a gente não vai tão fundo quanto a gente quer ir. Quando você apresenta uma pauta em um grande veículo desses, eles fazem você cavocar até onde der, e são muito exigentes. Esse nível de exigência é bacana, mas também não da maneira que é colocada lá. Você é exigido pelo seu chefe, pelo seu editor, mas se a gente tivesse com nós mesmos essa exigência de colocar esse conteúdo, sei lá, de fazer com que ele seja mais bem lapidado, acho que seria positivo. Mas é uma questão também de ter esse tempo e ter esses recursos para se dedicar a isso.

**Pesquisadora:** Isso que você comentou de às vezes não conseguir ir tão a fundo, você acha que se relaciona um pouco com a questão da estrutura. Você comentou um pouco a questão de tempo, recurso...

**Vinicius Ferreira:** Eu prefiro acreditar que não, na verdade. Como eu falei, o pessoal é muito jovem, né? O pessoal começa na Vaidapé no primeiro, segundo ano da faculdade de jornalismo, saindo do colégio, sem saber muita coisa do mundo, da prática da profissão. Eu tendo a associar mais a isso, sabe?

**Pesquisadora:** Uma certa inexperiência.

**Vinicius Ferreira:** Uma certa inexperiência, eu acho que uma experiência em um lugar desses, em uma empresa que tem uma estrutura hierárquica vá forçar as pessoas a chegarem nisso, né? Se você fica seis meses trabalhando na Folha de São Paulo, passa por aquele processo jumento de trainee, em que eles vão arrancar teu sangue, vão fazer você

se matar para conseguir aquela vaga, e dar o melhor de você para se vender dentro daquele mercado. Aí você entra, aí você vai lidar com gente chata pra caramba que vai acabar com o seu texto, e te fazer... Você vai acabar aprendendo isso rápido, mas vai virar uma maquininha, também. Em seis meses na Vaidapé, você vai ficar muito mais relaxado, você não vai trabalhar com tanto afincio nessa precisão, nesse controle de qualidade, mas eu acho que depois de algum tempo vai ter um benefício muito maior do que se as pessoas fossem amarradas dentro de uma estrutura hierárquica.

**Pesquisadora:** Entendi. Voltando um pouco para a parte do Copa que você comentou antes, eu tenho algumas perguntas específicas sobre o projeto. Você chegou a se envolver na execução do projeto em si? Além dessa articulação que você comentou antes?

**Vinicius Ferreira:** Sim, sim. Teve um site do Copa, o [copa412.com.br](http://copa412.com.br), que não existe mais, mas teve o site, eu criei o site, mantinha. Foi, já te explicaram mais ou menos o projeto, as entrevistas coletivas, essas coisas?

**Pesquisadora:** Sim.

**Vinicius Ferreira:** Eu filmava essas entrevistas, participava como câmera...

**Pesquisadora:** Você participou desse dia a dia de produção, então.

**Vinicius Ferreira:** Participei, eu tava lá. Editava os vídeos. Como era uma produtora de cinema, né, que eu trabalhava, e esse projeto era da dona dessa produtora. E nesse período ela me deu... Aliás, foi durante as férias, eu não tive férias, ela falou: aí lá, trabalha no Copa. Continuou pagando meu salário e eu fiquei o mês inteiro lá, todos os dias, batendo cartão, para fazer esse projeto da Vaidapé.

**Pesquisadora:** Entendi. Essa parte de produção teve parceria com os outros coletivos também? Como que foi? Bom, eu sei que eles participaram das entrevistas e tudo o mais, vocês chegaram a ter parceria, por exemplo, de uso de equipamento, esse tipo de coisa, esse tipo de troca?

**Vinicius Ferreira:** Não, não.

**Pesquisadora:** Pode-se dizer que ficou mais centrado na Vaidapé a produção de conteúdo? Como que você...

**Vinicius Ferreira:** Com certeza. A de conteúdo, na verdade, foi a parte menos centrada. A produção do projeto, a parte de elaboração foi 100% Vaidapé. A gente inaugura o projeto convidando, mandando e-mail para todos os coletivos, chamando para uma reunião e falando: olha, esse aqui é o Copa, caiu do céu, e só a partir daí que os outros coletivos ficam sabendo e participam. Não participaram do dia a dia, como a

gente algum dia teve a ilusão de que ia acontecer. Obviamente não, porque não participaram da produção disso, não participaram da organização. Mas o legal é que teve essa estrutura de entrevistas coletivas, a gente conseguiu trazer personagens mais ou menos relevantes naquela época, pelo menos o Juca Kfourri, o Pablo Ortellado, uma menina do MPL, o Guilherme Boulos do MTST e esses coletivos se aproveitaram disso para – se aproveitaram no bom sentido, claro –, e frequentaram, as coletivas estavam sempre lotadas, tinha sempre, sei lá, mais de dez jornalistas de veículos... Desde a BBC Arábia, que participou de uma, a revista Ocas, o jornal Nova Democracia. Guerrilha. Enfim, eles vinham bastante, pelo menos nos dias de entrevista coletiva, e a gente pautou esses veículos com essas entrevistas, eles usaram isso para produzir conteúdo próprio. Essa foi a parte maior de que eles participaram.

**Pesquisadora:** Você saberia enumerar os outros coletivos além da Vaidapé que participaram de uma forma mais ativa no projeto?

**Vinicius Ferreira:** Ativa mesma foi isso, foi participação nas entrevistas coletivas, ninguém...

**Pesquisadora:** Ou mais frequente, assim, tem outros coletivos que tiveram [incompreensível] mais frequente? Que poderiam contar também sobre a experiência?

**Vinicius Ferreira:** Frequente, não. Eu não lembro muito de pessoas de outro coletivo irem lá no dia a dia em qualquer ocasião que não tivesse sido uma entrevista dessas que eu citei, assim.

**Pesquisadora:** Entendi. De forma geral, como que você avalia essa experiência do Copa?

**Vinicius Ferreira:** Ah, foi ótimo, assim. Foi nosso primeiro projeto, que a gente botou para rodar, sabe? Um projeto principalmente com um espaço físico envolvido. Embora a gente tivesse a redaçõzinha lá, e tivesse feito revistas que podem ser entendidas como projetos, não sei. Foi o primeiro espaço, o primeiro projeto que a gente tinha um espaço, para se encontrar nesse espaço para produzir determinada coisa que a gente planejou fazer nesse espaço, assim, e que a gente conseguiu também alguma verba que nos incentivasse a isso. Foi a primeira parada desse tipo que a gente fez, se eu não me engano. No ano seguinte, a gente foi fazer o Redes e Ruas no Grajaú, tal. E a gente já tinha essa expertise mais ou menos, embora tenham sido projetos muito diferentes, de sei lá. Que a gente teve que escrever, justificar, defender aquela tese e botar ela em prática. Foi a primeira vez que isso aconteceu com a Vaidapé e foi muito importante por isso. Foi a primeira vez, se eu não me engano, que entrou dinheiro no bolso das pessoas por alguma coisa

da Vaidapé, imagino que isso deu alguma ilusão de futuro, pelo menos. Poderia ter sido mil vezes melhor, se a gente tivesse tido mais experiência, se a gente soubesse que os coletivos não iriam participar assim do nada, porque a gente convidou, e eles têm mais o que fazer, sabe? Se a gente fosse fazer isso hoje a gente faria um negócio insano, acho, porque que foi até que muito bom diante da experiência que a gente tinha naquela época. Primeiro que veio bastante gente, sabe? E os vários veículos se interessaram. A primeira reunião que a gente fez tinha uma galera de outros veículos, representantes de cada um, e eles vieram saber o que era aquilo. Foi talvez a apresentação da Vaidapé, pelo menos presencial, para muitos personagens que trabalham com mídia alternativa hoje. As entrevistas foram relevantes, foram bacanas. Foi bem positivo, mesmo com a nossa imaturidade na época.

[interrupção]

**Pesquisadora:** Bom, na sua avaliação, quais foram as principais vantagens e desvantagens nesse uso de uma estrutura compartilhada, dessa tentativa, né? Pelo que eu entendi, a ideia que vocês tinham inicialmente de algo mais compartilhado não chegou a se concretizar.

**Vinicius Ferreira:** A desvantagem é essa, não chegou a se concretizar. Mas eu só vejo vantagens, foi um momento de aprendizado. Foi uma coisa que um coletivo ainda muito jovem, tanto participantes jovens, quanto coletivos jovens, e que a gente teve uma oportunidade de aprender muita coisa, de vivenciar muita coisa, de saber o que dá certo e o que não dá. Foi a primeira, por exemplo, para mim, a primeira experiência de editar vídeo com muitas câmeras e a gente aprender a captar áudio, onde a gente pô, editar uma entrevista de uma hora e meia, sabe? De organizar esse trabalho mais de produção, de entrar em contato, trocar e-mail com outros personagens. De marcar entrevistas presenciais com essas pessoas mais ou menos relevantes. Só vejo vantagens, sabe? As desvantagens era por falta de experiência que é algo que não tinha o que fazer. A gente estava no aprendizado.

**Pesquisadora:** Ainda em relação à organização e à estrutura desse projeto especificamente. Você avalia que tem algum aspecto que não funcionou bem? Algo, por exemplo, que na sua visão poderia ser mudado no caso de se repetir essa experiência?

**Vinicius Ferreira:** Ah, várias coisas, né? primeiro essa questão da organização do projeto. Primeiro que tinha uma grande ironia que se chamava Centro Ocupado de Produção Alternativa – COPA. Que de ocupado não tem absolutamente nada. É uma casinha top quase na Vila Madalena, né? Então era uma grande ironia.

**Pesquisadora:** isso era a ideia inicial, uma ocupação, né?

**Vinicius Ferreira:** É, surgiu mais ou menos em um churrasco, sabe? As pessoas estavam conversando e "aí, nossa, o COPA", acho que foi o Paulo que veio com essa, e a gente acho que mais achou legal o acrônimo do que sei lá, já tinha uma coisa realmente planejada. Foi mais quando a gente viu que poderia rolar que a gente foi correndo atrás de formalizar algum projeto mesmo. Tem essa ironia, assim, o que causa uma grande estranheza da mídia alternativa, né? Como assim? Quem são vocês? Vocês tem uma casa top aqui, sabe? As pessoas chegam e, obviamente, se fosse eu chegando, eu ia sair falando mal, sabe? "Ah, nossa, velho, quem que tá pagando?". E inclusive com esse lado do PT na cabeça deles, com certeza já estava essa possível cooptação para o futuro, né? Inclusive teve uma menina do Guerrilha que apontou para o Gabriel Medina e falou: "eu te conheço, o que você tá fazendo aqui?". Nisso a gente foi muito ingênuo. Sei lá, se a gente fosse fazer de novo, com certeza isso estaria mais... se a gente não conseguisse uma maneira mais realmente alternativa e ocupada de organizar essa coisa, que isso estivesse mais claro e que não tivesse essa ironia dentro do negócio, fingir que é uma coisa que não é, na verdade. E bem, como a ideia era um trabalho em equipe com vários veículos da mídia alternativa, eu imagino que na organização de um projeto como esse teria que desde o início, aquele e-mail que a gente mandou quando a gente estava inaugurando o projeto para que as pessoas viessem deveria ser quando a gente começasse a pensar no projeto. E produzir juntos isso, sabe? Claro que não sei como que eles conseguiriam financiamento, como que conseguiriam [inaudível]. Mas se fossem tentar uma coisa dessas teria que ter a participação de outros coletivos na organização disso.

**Pesquisadora:** No planejamento também, um planejamento conjunto, no caso.

**Vinicius Ferreira:** É, com certeza, com certeza. Acho que é por aí. E era bastante ambiciosa a nossa ideia, ela não tinha... Acho que só funcionou porque a gente era ingênuo, senão a gente nem teria... Hoje, se falasse: "vamos fazer o Centro Ocupado de Produção alternativa, vamos chamar todos os veículos e vamos fazer entrevistas coletivas". A gente também tinha a ilusão de que eles iam frequentar a casa, de que a gente ia sair para a rua fazer pauta junto. Talvez hoje isso... A gente ia retirando isso, porque com a experiência que a gente tem, a gente ia falar: "ah, não vai dar certo". Deixa para lá, você não vai conseguir fazer isso. A gente não conseguiu, mas alguma coisa a gente fez, sabe? Mais ou menos por aí.



**Pesquisadora:** Entendi. Vinicius, tem algo a mais que você queira comentar, algum aspecto que eu não tenha comentado que você acha importante registrar no geral da conversa?

**Vinicius Ferreira:** Ah, comentar. Não sei, não sei. nada que me venha à cabeça. Senti falta de você me fazer perguntas que envolvessem a mídia, a grande mídia, para eu poder falar mal deles, mas acho que eu já consegui pincelar o meu desprezo.

**Pesquisadora:** É, apareceu um pouco. Mas enfim, se você quiser fazer algum comentário adicional... Pode também.

**Vinicius Ferreira:** É, acho que é isso mesmo.



**Natália Fontes Garcia, 33 anos, formada em Jornalismo pela Cáspes Líbero.**

*(Parte 1 – concedida em 02/12/2016, na casa da entrevistada, em São Paulo)*

**Pesquisadora:** Eu vou começar com algumas perguntas específicas sobre a sua participação no Cidades e, depois, passar mais para a parte da articulação do coletivo, da criação. Você se identifica com alguma função específica dentro da organização do coletivo?

**Natália Garcia:** Então, eu que criei o Cidades e durante algum tempo foi só eu. Então, hoje em dia, eu continuo tendo um papel assim de uma liderança, de olhar pra uma estratégia, pro horizonte assim, de pra onde a gente vai. Na verdade, o Cidades para Pessoas, ele não nasceu pra ser exatamente uma empresa ou um coletivo. Era pra ser um projeto de investigação com começo, meio e fim. E, com o tempo, algumas demandas foram aparecendo, algumas parcerias foram aparecendo, projetos especiais, e aí ele foi se desenhando mais como uma empresa. Mas eu ainda sinto que a minha função ela ainda tá muito na articulação, na estratégia, na gestão, no contato com todo mundo que nos chama pra fazer algum tipo de projeto e nas iniciativas mesmo. Pra onde a gente quer ir, do que que a gente quer falar. Então, tem um braço de serviços prestados pelo Cidades para Pessoas, mas tem coisas que a gente faz de maneira independente porque a gente acredita e quer fazer. Então... eu acho que eu tô nesse papel um pouco da liderança mesmo.

**Pesquisadora:** Quantas horas, em média, você se dedica a atividades do projeto por semana?

**Natália Garcia:** Olha, eu diria que... eu não trabalho todo dia, né. Eu fiz essa escolha de organizar o meu tempo de um jeito diferente. Parte do Cidades para Pessoas era uma busca pessoal por um jeito novo de viver na cidade. Então, eu não tenho uma jornada de trabalho muito fixa e as nossas atividades com o Cidades, elas se organizam de um jeito bem fora do normal, assim, padrão. Então, a Rafaella [Pastore] e a Marcela [Arruda] vêm uma ou duas vezes por semana pra cá e a gente trabalha juntas no que a gente tem pra fazer na semana. A Juliana participa eventualmente, quando tem alguma demanda específica pra ela. Então, eu diria que talvez três vezes por semana seja o momento assim de dedicação. Não sei muito quanto isso dá em horas, porque eu também não fico oito horas trabalhando cada um desses dias.

**Pesquisadora:** Mas pelo menos um turno, ou menos?

**Natália Garcia:** Em geral, de manhã e um bom pedaço da tarde assim. Então, talvez seis horas por dia nesses três dias... talvez 20 horas por semana.

**Pesquisadora:** É uma estimativa também, só pra ter uma noção.

**Natália Garcia:** Claro.

**Pesquisadora:** Você já comentou sobre as atividades que você costuma fazer, eu queria que você me contasse um pouco mais em detalhes as tarefas que você costuma fazer nesses momentos de dedicação ao projeto.

**Natália Garcia:** Tem os projetos fixos que a gente tem, então, tem o Brechas Urbanas, que você conheceu. Todo mês tem um Brechas Urbanas, então, toda vez que a gente se encontra ou todo dia que eu vou trabalhar no Cidades para Pessoas tem algo do Brechas pra ver. Às vezes, é um e-mail, uma questão técnica, uma questão de curadoria, uma pesquisa pra algum evento futuro. Sempre tem algo por aí assim. Eu escrevo com alguma regularidade sobre o assunto das cidades, então, às vezes, eu tô me dedicando a fazer um texto. Eu tenho uma série independente chamada Lugar Comum, que é parte do Cidades para Pessoas. A ideia dessa série é estudar – é uma série em vídeo – temas complexos da vida urbana, tipo a gestão da água, a democracia, o ciclo da comida. Então, existe uma parte considerável do meu tempo que eu tô dedicada a captar entrevistas, decupar e editar essas entrevistas em vídeo. Tem o nosso site, então, todos os projetos especiais, tudo que a gente faz, vira um post no site e a gente pensa nesse site como um grande portfólio, como um memorial de pesquisa, pra quem se interessa pelo tema, mas também, como um portfólio dos serviços que a gente presta e das coisas que a gente faz. Então, sempre tem alguma coisa pra acertar no site, algum texto, algum post novo, alguma iniciativa que a gente tenha feito e que porventura vá virar um registro. E tem um terceiro eixo que são os projetos especiais, são as demandas especiais que aparecem e que geralmente envolvem preparar uma entrega, preparar um projeto, preparar um orçamento, trabalhar com quem tá nos pedindo pra ir afinando essa pauta. Então, vou dar um exemplo: há dois meses, a gente fez um trabalho pra Prefeitura de Buenos Aires. Eles queriam entender melhor o conceito de escala humana e eles nos procuraram perguntando se a gente tinha algo pra oferecer nesse sentido. Aí a gente explicou: “nós não somos exatamente uma consultoria, nós não somos gestoras, nem arquitetas, a Má [Marcela Arruda] até é arquiteta, mas a gente nunca implementou um projeto numa prefeitura. Mas o que a gente pode entregar é um treinamento de comunicação, a gente pode explicar o que esse termo significa, explicar ele de maneira

complexa, baseadas numa investigação de Buenos Aires”. Então, a gente propôs que a gente passasse uma semana na cidade investigando as coisas, entendendo as dinâmicas da cidade, uma experiência bem de *user experience design*, sabe? Aí, a gente preparou uma grande apresentação pra eles com todos os conceitos que a gente estuda e pesquisa, mas vistos a partir do que emerge em Buenos Aires, vistos a partir do espaço urbano de Buenos Aires. E, depois, fizemos uma série de expedições pela cidade com as pessoas da Prefeitura. Então, esse trabalho, ele envolveu conversar com o secretário de planejamento, entender melhor o que ele queria, explicar, o que a gente podia entregar, o que a gente não podia entregar. Ir refinando esse trabalho até a gente chegar num desenho de experiência e aí chegar lá, encontrar todo o trabalho de produção, né. Então, a contratação foi um valor completo e a gente comprou passagem, decidiu onde ficar, onde se hospedar. A gente tinha todo um roteiro em planejamento pra investigar a cidade, pra produzir fotos, vídeos, áudios e transformar numa apresentação. E aí, teve a apresentação por si, as expedições e depois o fechamento desse material todo em alguns *posts* no site que relatam um pouco dessa história. Então, esse é um exemplo de um projeto especial que, não sei, talvez ele se repita, ele pode ser replicado, mas que é uma demanda específica, pontual, que a gente atendeu e que, enfim, que aconteceu. Então, meu trabalho, ele tem aspectos que se repetem, mas tem aspectos que são sempre novos. E eu procuro cultivar um pouco essa fluidez nas atividades.

**Pesquisadora:** Você comentou antes sobre o Brechas, eu queria que você contasse um pouco mais sobre o projeto, quando que começou e como que foi a articulação pra que ele acontecesse.

**Natália Garcia:** O Itaú Cultural, especificamente a área de comunicação do Itaú Cultural, que é gerida pela Ana de Fátima – acho que você conheceu aquele dia no Brechas, a Aninha, pernambucana –, eles tinham interesse em abordar a questão da cidade, a questão urbana, né. Não lembro muito bem como, nem por onde, nem com que projeto, enfim, e a Aninha me procurou em 2015, eu acho, no começo de 2015, dizendo que tinha essa intenção de fazer um projeto e que tava num processo de convencimento interno na entidade e eu falei que seria um prazer trabalhar com ela, mas a conversa ficou um pouco no ar. E aí, em novembro de 2015, ela me ligou falando: "ó, apareceu uma brecha na nossa programação, dia x, dezembro de 2015 e vamos testar alguma coisa? Vamos ver se a gente consegue botar de pé um projeto, alguma coisa? Eu não consigo te ajudar a planejar nada, mas você pode convidar dois artistas, a gente tem verba pra pagar esses artistas, vou ter uma

verba pra te pagar” (era um valor razoável). “Você consegue botar alguma coisa de pé?”. Aí eu falei: “tá, consigo”. E aí, aqui, naquela época, trabalhávamos eu e a Rafaella [Pastore] só e a Ju [Juliana Russo] que também mora aqui em casa e que acaba trabalhando junto, enfim. E aí a gente, em algumas tardes de trabalho, chegou nesse desenho, nesse nome “Brechas Urbanas” e nesse desenho, né, dois artistas, com um trabalho que tem algum diálogo entre si, com um tema. O tema do primeiro Brechas foi a cidade das entrelinhas, e a gente entendeu algumas coisas fazendo esse primeiro Brechas. Uma delas é que era muito importante ter uma apresentação de fundo, que não fosse um power point cheio de dados, mas que fosse uma apresentação recheada de desenhos e imagens que proporcionassem aos espectadores uma experiência de navegação pelos trabalhos dos artistas. A gente percebeu que isso era muito importante e também que era muito importante uma conversa que fosse roteirizada, uma conversa que acontecesse, mas que não fosse o primeiro encontro entre eu, como mediadora e os dois artistas, né. Porque era muito importante que eu já tivesse mapeado algumas das boas histórias que eles têm pra contar ou o lugar de fala, ou a lógica como eles se expressam, pra conseguir fazer essa mediação com mais ritmo. A gente fez esse teste, em dezembro, e todo mundo gostou muito, os artistas gostaram, o público gostou, o Itaú Cultural gostou e eles fizeram uma proposta da gente fazer esse evento de forma mensal ao longo de 2016. Então, a gente começou em fevereiro e o último Brechas Urbanas foi esse que você assistiu em novembro, foram dez ao longo do ano. E foi uma experiência muito interessante porque era um trabalho de curadoria, era um trabalho de preparar uma apresentação, então, envolve muito apuração jornalística e fechamento jornalístico. Envolve muitas ferramentas que eu já tinha, mas num formato e numa entrega muito novas. Esse projeto foi muito especial porque mais uma vez ele reforçou esse caminho que eu já vinha buscando que é o caminho de flexibilizar as entregas possíveis da ferramenta jornalismo. Não precisa ser uma reportagem, não precisa ser um texto publicado na grande imprensa, podem ser outras coisas. O jornalismo, enquanto ferramenta, pode oferecer uma infinidade de entregas e era muito isso que me interessava quando eu criei o Cidades para Pessoas, e é por isso eu prezo a cada projeto que a gente pega.

**Pesquisadora:** Atualmente, além do vínculo com o Cidades, você possui algum outro tipo de ocupação? Se sim, Qual?

**Natália Garcia:** Não. O Cidades ele é muito um título, um guarda-chuva que eu tô tentando usar pra dar conta das coisas que eu invento de fazer na verdade. Então, tudo, bem ou mal, acaba cabendo no Cidades.

Veza ou outra, eu faço um *freela*, eu faço um roteiro, um artigo. Mas, em geral, eu até assino como Cidades para Pessoas ou como Natália Garcia/Cidades para Pessoas. Então, por enquanto não [risos].

**Pesquisadora:** Bom, agora eu queria que você me contasse um pouco sobre quais foram as experiências que você teve no jornalismo antes de criar o Cidades. Pode citar quais foram e como de alguma forma isso se relaciona com a criação do coletivo.

**Natália Garcia:** Meu primeiro emprego, na faculdade, foi numa empresa de comunicação que fazia assessoria de imprensa. Eu fui assessora de imprensa da Gulliver Brinquedos, da Amazon Birds (que era uma empresa que vendia aves silvestres legalizadas pelo Ibama), da Copel Colchões, que é uma empresa de colchões e travesseiros, e de algumas outras empresas que eu não lembro agora. O meu trabalho era escrever releases, produzir notícias, ligar pras redações, oferecer notícias. Bem assim, um primeiro emprego, um primeiro contato com a vida profissional. Não era um lugar super criativo, era um lugar que tinha muitos conflitos pessoais, entre as pessoas – era um lugar meio esquisito, assim. Mas foi interessante, né. Trabalhar é sempre um aprendizado. Depois de lá – não lembro muito a sequência – mas em determinado momento eu trabalhei no Portal do Terra, durante quatro meses. E, ali, eu ganhei uma coisa que era um fôlego, um ritmo. Então, era um portal de notícias e eu tava na parte mais hardnews assim do Terra. Tudo que acontecia de emergências de trânsito, problemas na cidade, tudo que acontecia que precisava de uma notícia, que precisava muito rapidamente ser publicada, era minha incumbência. Meu trabalho era ficar ligada em todas as agências de notícias, em todas as rádios, todas as televisões. Eu ficava numa sala cheia de coisas ligadas, olhando pra tudo que tava acontecendo e produzindo pequenas notas pra noticiar as coisas. Também não era um trabalho muito criativo, era um trabalho feito dentro da redação. Eu não tava na rua apurando, como sonhava quando fazia faculdade de jornalismo, mas o Terra foi muito importante por causa desse fôlego assim. Eram horas de muito foco, eu escrevia muito, eu escrevia, sei lá, 15, 20 artigos por dia. Era muita coisa. O seu texto vai ganhando um ritmo, né. Escrever, é prática. Jornalistas são artesões na verdade. Então, foi uma época de produção de trabalho bem importante. Depois eu trabalhei na rádio Band News FM. Eu entrei lá, pra ser estagiária, num momento em que a rádio ainda não tinha sido lançada, mas ela tava operando – de mentira, pra gente ir treinando, pra equipe ir se alinhando. A gente apresentava jornais, fazia boletins, mas nada tava indo pro ar ainda, então, era um momento em que tava tudo se ajustando, o ritmo, todo mundo tava entendendo o maquinário, todo

mundo tava entendendo o processo. A rádio Band News FM tem essa lógica de programas de 20 minutos. Então, a cada 20 minutos, eles fazem um mergulho por todas as notícias que tão acontecendo nesse momento no país e no mundo – 20 minutos, depois nos próximos 20 minutos tem um novo jornal, depois, nos próximos, um novo. A cada ciclo desse é um âncora diferente que apresenta. Em geral, num turno da Band News FM eram três âncoras, dois ficavam fora produzindo e o terceiro tava no ar. Tinha toda uma redação produzindo as notícias, produzindo as notas, apurando, checando as informações pra isso acontecer. O meu trabalho era fazer trânsito, estradas, clima, cotação do dólar, aeroporto, esses serviços mais básicos assim, checar essas coisas, produzir notinhas e entregar pro âncora a cada 20 minutos. Então, a cada 20 minutos tinha essa checagem: escrever as notas, imprimir as notas, entregar na mão do âncora. Era um trabalho também de muito ritmo, de muita rapidez. Esses dois trabalhos, eles me ajudaram muito a lidar sob pressão, a manter a calma, manter a frieza, me concentrar num fechamento, no que eu tô fazendo. Tem dois minutos pra você terminar o que você tá escrevendo, imprimir, buscar na impressora e levar lá dentro. Você não pode se desesperar. Você tem que se concentrar e se você sair correndo, vai dar merda. Esse trabalho foi muito assim. Depois do primeiro mês, que eu só chorava, quando eu me acostumei com esses ritmos, com essa redação frenética, eu adquiri um ritmo, uma qualidade de presença e uma potência de produção que foram super importantes. Mas não era ali que eu queria estar né. Ao mesmo tempo, eu tava buscando outras coisas e esses trabalhos tiveram os seus ciclos, foram importantes. Eu me inscrevi no programa Jovens Talentos da Editora Abril e passei, pra ser estagiária lá, no último ano da faculdade. Lá eu trabalhei num departamento de comunicação interna durante algum tempo, depois eu fui pro site das revistas *Casa Cláudia* e *Arquitetura e Construção* (o site casa.com.br). Eu fiquei acho que uns dois ou três anos como repórter e foi muito interessante. Eu ainda não tava trabalhando com o que me interessasse, né, eu ainda não tava muito interessada em arquitetura e decoração, ainda não era a minha praia, digamos assim. Mas, como era um site num momento que a Editora Abril tava se abrindo pro conteúdo digital, uma empresa especializada em fazer revista tava se abrindo pra conteúdo digital, era um momento muito experimental, então, a gente pirava, a gente inventava uns jogos, inventava umas coisas malucas pra fazer. Eu fazia muito vídeo naquela época, então, a Editora Abril tinha uma produtora de vídeo e a casa.com.br tinha contratado lá um pacote de – não lembro – 10 vídeos por mês. Como eu me saía muito bem, eu acabei sendo a pessoa que



tocava todos os vídeos que faziam. Então, eu ia junto com os cinegrafistas, apresentava, fazia as entrevistas, depois decupava tudo, sentava junto com o editor numa ilha e editava. Também foi um trabalho em que eu aprendi muito sobre ritmo e aprendi essas ferramentas da edição de vídeo, tava o tempo todo ao lado dos cinegrafistas, pedia um take de um jeito, um take de outro, junto com os editores super experientes que iam me ajudando a entender: "olha, esse ângulo funciona melhor do que esse, por causa disso, por causa daquilo". Então, foi muito interessante esse período que eu trabalhei fazendo vídeos lá. Só que tudo assim acontecendo, minha vida profissional ia rolando, mas, na minha vida pessoal, eu não estava exatamente feliz, satisfeita. Eu não sentia que a minha voz estava sendo verdadeira, eu não estava exatamente lidando com assuntos que me animavam ou que me empolgavam, e aí eu estava meio que numa crise existencial de "pra onde eu vou, o que que eu vou fazer". Há algum tempo, eu estava vivendo uma vida muito estressante em São Paulo, passando muitas horas por dia dentro do carro, pegando muito trânsito. E aí eu tomei a decisão de comprar uma bicicleta pra ir até a Abril pedalando. E a decisão mudou tudo. Porque mudou a minha experiência de deslocamento, minha percepção da cidade, minha percepção do jornalismo, eu me reconectei com a rua, que é o grande lugar onde a matéria-prima do jornalismo existe. Eu sinto que foi muito esse momento que começou a estruturar o que ia vir a ser o Cidades para Pessoas depois. Aí, eu tirei férias e eu levei a minha bicicleta dobrável pra Bogotá, porque eu queria conhecer a cidade pedalando. E quando eu cheguei lá, eu conheci a história de Bogotá, dos prefeitos Antanas Mockus e Enrique Peñalosa, que mudaram muito da dinâmica da cidade, dos espaços públicos e apurei essa história, entrevistei as pessoas, filmei algumas coisas. Quando voltei pro Brasil, vendi reportagens como *freela* e daí pensei: "cara, esse é o trabalho que eu quero ter. Quero viajar, quero viver aventuras, quero conhecer lugares incríveis e escrever sobre isso". E aí eu pedi demissão.

**Pesquisadora:** Isso foi em qual ano?

**Natália Garcia:** 2009. Pedi demissão, minha família ficou em choque. Todo mundo falou: "putz, mas o que que você vai fazer agora? E agora?", não sei o que, e tal. Eu fiquei um tempo trabalhando como *freela*, escrevendo sobre cidades, pesquisando, indo em tudo quanto é evento, me metendo em tudo quanto era iniciativa que pensasse esse assunto, que pensasse esse tema. Até que eu participei de um projeto chamado: "Isso não é normal", que foi uma iniciativa contratada pela Embaixada Britânica pra falar sobre mudanças climáticas no Brasil e a

gente montou um pequeno grupo assim, uma pequena redação, chefiada pelo Denis Russo – que foi diretor de redação da Super [*Super Interessante*], acabou de sair da Editora Abril – e outros jornalistas e um time de fotógrafos, super legal e tal. Enquanto eu trabalhei no "Isso não é normal", que foi um projeto que durou uns sete meses mais ou menos, eu conheci o livro *Cidades para Pessoas*, que é o livro de um urbanista dinamarquês Jan Gehl e encantei com essa ideia. Encantei com quão revolucionária e simples ela era. E aí que eu decidi escrever um projeto autoral, pessoal, pra visitar cidades do mundo em que esse conceito se manifestasse de alguma forma. Então, foi um pouco essa linha assim que me levou até o *Cidades*. A última coisa que talvez vale a pena contar nesse processo é que quando eu decidi fazer o projeto *Cidades* eu tentei apresentar ele pra grandes redações jornalísticas, muita gente se interessou, mas tava sem grana, momento de planejamento orçamentário, difícil; cidades ainda não era um assunto tão importante quanto sustentabilidade era naquela época. Então, quem topava, queria que eu transformasse o projeto no que parecia ser mais interesse público naquele momento. Eu fui convidada pra fazer uma reportagem pra Revista Galileu sobre *crowdfunding* (financiamento coletivo), topei, e na minha apuração descobri que o Catarse ia ser lançado. Conteí pra eles do meu projeto, eles gostaram e, por causa disso, eu pus o *Cidades para Pessoas* lá. Por causa disso, ele foi financiado no Catarse e aí ele foi um projeto totalmente independente desde o começo. Então, é um pouco essa a trajetória.

**Pesquisadora:** Bom, já que você comentou do financiamento, inicialmente, então, é viabilizado pelo Catarse. Ao longo do tempo e atualmente quais são as principais fontes de recurso que mantém as atividades do projeto? Todas as atividades tem cobertura ou tem alguma atividade que vocês façam que não tem cobertura?

**Natália Garcia:** O dinheiro vem principalmente das palestras que eu faço, dos projetos como o Brechas Urbanas e projetos especiais, como esse de Buenos Aires. E tem muitos projetos especiais que aparecem. No começo do ano, a gente fez parte de um curso sobre complexidade pra um instituto de aprendizagem chamado Instituto Amani, tinha um professor dando aula de complexidade, e a gente desenhou uma expedição por São Paulo pra chegar nos conceitos que ele ensinou em sala de aula. Também foi um projeto especial, a gente também recebeu por ele. Em geral, a gente se paga. A gente até pega um projeto ou outro que é gratuito, mas é raro. E a gente tem as nossas iniciativas, que aí são as coisas que a gente quer fazer, mas a gente não recebe pra fazer. Por exemplo, essa série Lugar Comum e algum texto, algum vídeo, alguma

publicação que a gente tenha vontade de fazer. A gente faz um pouco essa conta de usar os projetos que entram para pagar o básico, para nos dar o fôlego de inventar juntas o que a gente quiser inventar.

**Pesquisadora:** No caso, posso dizer que paga a dedicação de vocês e nessa dedicação vocês dividem tanto o que foi contratado, quanto coisas...

**Natália Garcia:** [coisas] que a gente queira fazer.

**Pesquisadora:** Ótimo. E como foi a articulação do restante da equipe que hoje compõe o projeto?

**Natália Garcia:** A gente tá bem em processo assim de se rever, de rever o projeto. Eu tô meio que numa crise assim pessoal, de entender o quanto quero continuar, se eu quero continuar tendo esse papel de liderança. Então, as coisas estão bem incertas nesse momento. Mas o processo foi assim: primeiro, eu organizei uma oficina pra tentar colocar um pouco em prática as coisas que eu investigava na teoria. Então, era uma oficina que tinha o objetivo de escolher um espaço público, escolher um problema nesse espaço público e prototipar uma solução pra resolver esse problema. Nessa oficina, que aconteceu no final de 2014, a Rafaella [Pastore] foi uma participante. A gente teve uma química muito mágica, a gente teve uma troca muito especial no trabalho, a gente se identificou muito. Quando terminou o processo dessa oficina, quando a gente terminou a montagem do nosso protótipo, eu convidei ela pra vir trabalhar conosco. Naquela época, eu não tinha exatamente uma *job description*, eu não tinha exatamente algo que eu tava procurando em alguém e nem tinha exatamente uma intenção clara de fazer a empresa acontecer ou crescer, ou transformar o Cidades numa empresa. Foi uma intuição assim de que seria interessante trabalhar com ela e uma intuição totalmente acertada, porque a Rafaella é uma excelente profissional e ela foi muito importante pra construção do Cidades. Ela é uma produtora, né. Ela se formou em publicidade, mas ela tem essa veia de produção, de pôr as coisas em prática, de pôr as coisas de pé, de resolver todo o meio de campo pra uma história parar de pé. E ela é muito eficiente e muito dedicada. Com o tempo, ela foi se identificando mais com a questão da cidade, foi aprendendo mais sobre esse assunto. Então, foi bem especial esse processo junto com ela. A Marcela [Arruda], veio fazer parte da equipe esse ano [2016]. Ela viu que o Brechas Urbanas tava acontecendo, se interessou pelo projeto, falou: "pô, eu gostaria de alguma forma de participar". A gente já se conhecia, eu já admirava muito ela como profissional, as coisas que ela fazia, os projetos em que ela se envolvia. Ela tinha acabado de voltar de um intercâmbio pra Holanda, a gente fez um teste pra ela participar, bem

especificamente do Brechas Urbanas, mas compor essa equipe – e deu muito certo, então, ela veio participar nesse ano. A gente vai o tempo todo olhando de novo pros nossos papéis, entendendo quais são eles, onde a gente se sente confortável, onde não. O Cidades ele é muito aberto, não tem uma *job description* clara pra nenhuma das integrantes. A Juliana [Russo] foi a primeira pessoa a fazer parte do projeto. O Cidades para Pessoas tinha a cara do trabalho dela desde antes de ela fazer parte. Quando eu tive a ideia, pedi pra ela fazer um desenho meu pedalando, ela acabou doando alguns desenhos dela pro projeto, então toda a identidade gráfica do Cidades pra Pessoas sempre teve a mão da Juliana. Quando eu voltei da primeira etapa da viagem de pesquisa, a gente fez um trabalho juntas pra apresentar as minhas descobertas na Bienal de Arquitetura, ela fez um mapa ilustrado de São Paulo contando um pouco da história e, a partir daí, a gente começou a trabalhar muito juntas. Ela com esse olhar artístico, poético e eu com a ferramenta do jornalismo. Então, ela foi a primeira pessoa a integrar a equipe, integrar o grupo, depois veio a Rafa [Raffaella Pastore] e no final veio a Má [Marcela Arruda].

**Pesquisadora:** Eu queria que você me contasse um pouco sobre, de forma geral, como você avalia essa experiência de organização de vocês, como ela tem funcionado hoje. E, num segundo momento, pensando um pouco nessa comparação dela com o modelo de organização convencional, se você avalia que tem algum aspecto do modelo convencional que seria positivo se fosse adaptado pra organização de vocês hoje, algo que você veja que tá lá e que, de repente, tá fazendo falta aqui, poderia ser pensado de alguma forma.

**Natália Garcia:** Eu sinto que o que nos une no Cidades para Pessoas é um propósito de vida em comum: todas nós queremos viver de maneira verdadeira, de acordo com os nossos dons e talentos, e queremos cultivar essa liberdade. Todas nós temos em comum essa vontade de não construir uma estrutura rígida que nos aprisione. E todas nós temos em comum experiências de aprisionamentos em outros lugares – em outros trabalhos, em universidades. Todas nós temos em comum essa experiência de ter passado por sistemas que de alguma forma deformam ou deformaram quem a gente era em algum momento. Então, o que eu sinto que nos une é o fato de que a gente quer trabalhar juntas e crescer juntas. A gente não tem exatamente uma missão de empresa, a gente não tem um lugar onde a gente queira chegar com o Cidades para Pessoas. Essa talvez seja a diferença fundamental em relação ao jornalismo tradicional. Porque o que a gente tá buscando não é a eficiência. O que a

gente tá buscando é a inovação o tempo todo. E a inovação é ineficiente, por natureza. A inovação é uma bagunça, é um caos. É um processo de construção interna e externa em que você não consegue ser eficiente porque a eficiência significa ir fazendo cada vez mais o que você já faz, ocupando cada vez menos tempo e gastando menos energia – tecnicamente. E não é isso que nos interessa, não é esse tipo de trabalho que nos interessa. É claro que a gente se depara muitas vezes com a necessidade de buscar alguma eficiência nas nossas entregas, especialmente quando a gente fala dos trabalhos fixos, dos projetos fixos, né. Então, o Brechas acontece todo mês, a gente precisou mudar um pouco a nossa dinâmica diária de trabalho pra conseguir responder a essa demanda. E outra coisa que eu acho que a gente tem que é uma diferença também fundamental, uma diferença de princípio em relação ao modelo tradicional, que é o fato de que se, amanhã, eu for pra Alemanha, a Rafaella for pra Itália e a Marcela for pro campo, tudo bem. Assim, a gente não tem um compromisso eterno ou imutável assim né. A gente sente com muita clareza essa leveza de que estamos juntas e que faz sentido enquanto a gente tem algo pra fazer juntas. A gente tem um trabalho pra realizar juntas, mas cada uma quer crescer na sua individualidade também. Isso também é inconcebível, as empresas têm uma estrutura muito mais rígida, de contratação, tem uma outra lógica. Agora, o que a gente aprendeu muito com o jeito tradicional de trabalhar são as coisas do dia a dia mesmo, desde as coisas burocráticas. A gente teve que preparar a nossa empresa pra receber uma contratação internacional e um pagamento internacional no caso de Buenos Aires e o fato de a gente ter tido experiências tradicionais nos ajudou muito a ter esse jogo de cintura, essa praticidade, essa... [trecho incompreensível] talvez até essa habilidade assim de entender como é que [trecho incompreensível] os nós burocráticos se desatam assim. Mas, eu sinto que o grande paradigma do com o qual a gente trabalha é o paradigma de que cidades são plataformas de inovação, são por definição, lugares onde você pode inventar o trabalho que você quiser pra sua vida. E a gente sente que o Cidades para Pessoas só faz sentido enquanto ele é o trabalho que a gente quer pra nossa vida. A gente quer viajar, a gente quer conhecer lugares novos, a gente quer conhecer pessoas inspiradoras, a gente quer contar histórias que transformem o olhar e a percepção das pessoas, a gente quer tocar as pessoas, emocionar as pessoas. Fazer com que as pessoas despertem pra essa hipótese de viver a vida que elas sonham, de viver o trabalho que elas sonham em realizar, de conseguir trabalhar com algo onde elas consigam exercitar os seus dons e talentos, descobrir os seus dons e talentos. A gente acredita muito

que as cidades têm vocação pra gerar inovação pros problemas complexos do mundo e que as cidades podem ser plataformas pras pessoas descobrirem suas vocações. Então, eu sinto que o que nos move nos nossos trabalhos é muito mais uma coleção de princípios sobre a vida e a existência do que exatamente um modelo de negócio ou uma tentativa de [sic] ter uma operação, enfim. A gente fala muito pouco sobre operação, modelo de negócios e essas histórias que são muito importantes quando você trata de uma grande escala, né. Talvez essa seja a última diferença que eu destaque. O nosso trabalho ele é muito bom pra questões complexas, mas ele é muito ruim pra escala. A gente não tem um trabalho que é escalável. Esse treinamento que eu dei em Buenos Aires, não dá pra eu dar ele dez vezes mês que vem – porque não dá e porque não me interessa que dê também, talvez, se algum dia eu me interessar em trabalhar desse jeito, eu mude. Tudo tá em transformação o tempo todo. Eu sinto que o que a gente faz é bom pra demandas específicas, a gente desenha junto com quem nos chama a entrega que a gente vai dar pra essa pessoa. Não é aquilo que a pessoa olha e: "ah, você tem esse produto, esse e esse, eu quero comprar esse", né. E isso também é uma diferença brutal pro que de forma convencional tem no mercado, eu acho.

**Pesquisadora:** E tem algum aspecto do mercado convencional que você acha que, fazendo um balanço dos últimos anos, seria interessante de vocês se aproximarem mais, por algum motivo? Ou não?

**Natália Garcia:** Nada me ocorre. Acho que não. Também não tô desmerecendo o mercado o convencional e nem...

**Pesquisadora:** Sim, claro. Não é nesse sentido.

**Natália Garcia:** Mas... tudo funciona. Tá tudo funcionando [risos].

---

*(Parte 2 – concedida por Skype em 10/03/2017)*

**Pesquisadora:** Qual a data de criação de empresa e a modalidade jurídica em que você configurou o Cidades desde o início? (Não me recordo agora se desde o início do projeto estava registrado como empresa ou se houve um momento em que você fez isso).

**Natália Garcia:** A data de início é uma data que não é muito clara, na verdade, porque você pode considerar que a data de início foi quando a campanha no Catarse foi lançada. Se for assim, – não lembro de cabeça – mas é meio que 17 de janeiro de 2011, na segunda dezena de janeiro

(eu posso checar o dia que o Catarse foi lançado direitinho, acho que é 19 de janeiro de 2011). Talvez essa seja a data de lançamento do projeto, foi quando, digamos, eu mandei e-mails e lancei na Internet essa campanha pra arrecadar o dinheiro. Naquele momento, a gente não tinha uma figura jurídica para o Cidades para Pessoas e era possível existir sem nenhuma figura jurídica, eu não tava prestando nenhum serviço pra ninguém. O que eu tinha era uma estrutura burocrática separada da minha vida pessoal, eu tinha uma conta bancária, uma contabilidade que eu separava das minhas finanças pessoais, mas eu não tinha uma figura jurídica ainda. A necessidade de ter uma figura jurídica se configurou logo que eu voltei da primeira viagem do projeto, final de 2011. Naquele momento, eu comecei a trabalhar como palestrante e aí mais do que fazer uma escolha de qual que era a melhor figura jurídica pro Cidades para Pessoas eu percebi que pro tipo de serviço prestado que eu era convidada a fazer eu precisava ter uma empresa. Então, não foi exatamente uma escolha estratégica, sabe? E em vários momentos, a gente se perguntou assim: "será que é isso mesmo?", "será que essa é a melhor figura?", "será que essa é a melhor determinação?". Mas basicamente o que eu fiz foi entender os serviços que eu mais tava prestando, conversar com o contador – e contar essa listinha de serviços pra ele – e ele foi encontrar no universo das pequenas empresas, uma empresa de Simples Nacional, quais eram as determinações que caberiam ali. Eu também fui conversar com as empresas para as quais eu mais prestava serviço – a Editora Abril, a Editora Globo – pra saber que tipo de empresas eles aceitavam no corpo de prestadores de serviço deles. Eu não lembro exatamente a data de abertura da empresa (posso checar depois pra te contar), mas eu acho que foi final de 2011, comezinho de 2012. Então, desde o começo, juridicamente, o Cidades existe como uma empresa, mas essa empresa, ela não tem um nome fantasia Cidades para Pessoas, o nome oficial é Natália Fontes Garcia ME – é uma microempresa. Principalmente, uma microempresa onde eu presto serviços, onde eu assino e presto os meus serviços. Quando a gente teve o corpo de funcionários da Raffaella [Pastore] e da Marcela [Arruda], burocraticamente a gente se acertava com elas emitindo pela MEI [Microempreendedor Individual] que elas tinham uma nota fiscal pra mim todo mês.

**Pesquisadora:** Entendi. Elas tinham MEI então.

**Natália Garcia:** É, como uma configuração de prestadoras de serviço. Não é o ideal, não é o mais correto, mas foi o modelo que a gente achou de parceria naquele momento.

**Pesquisadora:** Eu ia perguntar e você acabou já respondendo um pouco nessa primeira pergunta. Mas, é muito comum que projetos com as características do Cidades tenham alguma resistência à formalização, a esse momento de você formalizar numa modalidade jurídica específica. Você chegou a vivenciar esse sentimento em alguma medida na época, de uma resistência? Ou teve claro pra você, quando viu que os clientes precisavam disso, que isso não seria um problema?

**Natália Garcia:** Eu nunca tive essa resistência. Mesmo que eu saiba que nossos sistemas jurídicos econômicos estejam falidos, ao mesmo tempo eu entendia que eu precisava criar uma ponte entre o meu trabalho – que tem como uma das missões criar um mundo novo –, entre esse trabalho e o mundo atual, o mundo existente. Então, eu nunca tive essa questão, isso nunca foi um problema pra mim. E foi uma grande vantagem, na verdade, foi muito eficiente ter aberto essa empresa e ter feito tudo isso, porque muitas portas se abriram a partir daí. No ano passado, a gente prestou um serviço pra Prefeitura de Buenos Aires feito a partir dessa empresa, que seria impossível de acontecer se eu não tivesse uma empresa. Logo no começo do Cidades para Pessoas eu fiz uma palestra num evento chamado ENIC (que é o Encontro Nacional da Indústria da Construção) e foi super curioso porque o mercado imobiliário é um mercado que eu critico muito no meu trabalho e esse era um evento em que as pessoas que estavam participando tinham uma autocrítica, estavam escutando o que eu tava dizendo. E aí três empresários do mercado imobiliário me procuraram querendo patrocinar o projeto e eu não tinha uma empresa. Então, basicamente, eu deixei de receber um patrocínio, eles inclusive formalizaram a vontade, mostraram uma cota de patrocínio que eles queriam apoiar, mas não aconteceu, eu não tinha uma empresa naquele momento, depois o diretor das empresas mudou, a gente acabou tendo outro tipo de parceria. Mas ficou claro pra mim que não tava dando pra fugir de ter uma figura jurídica pra conseguir fazer esse tipo de transação, esse tipo de prestação de serviço.

**Pesquisadora:** Você comentou antes do projeto para a Prefeitura de Buenos Aires. Outra informação mais técnica que eu precisava checar (e, se você também não tiver ela agora, a gente pode combinar de passar depois, por e-mail) é o período exato em que foi executado esse projeto – desde execução, o contato, tudo mais, o tempo que estiveram envolvidas nele. E, não sei se vocês podem divulgar, o valor do contrato.

**Natália Garcia:** Você tá falando da parceria com Buenos Aires, né?

**Pesquisadora:** Isso.



**Natália Garcia:** Ah tá, tá bom. Eu posso checar. Eu não sei de cabeça, mas eu posso checar sim.

**Pesquisadora:** O valor do contrato eu não sei se vocês podem divulgar, mas, se vocês puderem, seria interessante até porque uma das coisas que eu tô olhando [na pesquisa] é financiamento, alternativas. Seria mais pra entender como que a prestação desse serviço entra na viabilização do projeto de vocês. Caso seja possível, desse ou de outro.

**Natália Garcia:** Claro. Eu já posso te contar o valor, foi 27 mil reais. Mas esse valor, ele precisa ser entendido, porque a gente deu duas opções pra eles: pagar só pelo serviço e eles cuidarem da nossa hospedagem, das nossas passagens, da nossa alimentação, ou pagar um outro valor – que acabou sendo esses 27 mil reais – incluindo tudo isso e a gente cuidaria dessa produção dessas coisas. Então, foram 27 mil reais, mas pensando que as passagens de nós quatro, a nossa hospedagem num apartamento do Airbnb, as nossas diárias de alimentação estavam inclusas aí. A gente tinha uma margem, eu acho que o nosso salário era algo como 15 mil reais desse montante (mas eu posso checar isso direitinho pra você depois). Né, 15 mil, 16 mil reais pras quatro, na verdade, 4 mil pra cada uma (não tenho certeza, posso checar) e a gente sabia que se a gente economizasse no almoço e no jantar, a gente ia ganhar mais. Então, a gente fez esse trabalho de orçar um valor que a gente achava justo, a gente não superfaturou nossas refeições, mas a gente chegou nesse lugar e foi assim. Foi bem curioso isso, porque, depois, o cara que nos contratou, ele era do mercado corporativo antes de trabalhar na Prefeitura e ele deu um monte de dicas da consultoria, do universo das consultorias pra gente. Inclusive, como cobrar. Deu essa dica de não precisar ficar detalhando muita coisa, de separar – não vou lembrar agora – mas ele deu umas dicas de como que a gente podia cobrar por serviços futuros, como que a gente podia, depois de acabar de prestar um serviço daqueles já oferecer algo que pudesse ser a continuidade desse serviço em outros momentos, um contrato que durasse um pouco mais de tempo, essas coisas. Então, isso foi interessante porque a gente aprendeu muito no processo de fazer o serviço que a gente foi fazer e de como que burocraticamente essas coisas existem no mundo.

**Pesquisadora:** E isso acabou abrindo um leque no sentido de vocês aplicarem essas dicas que ele deu em projetos futuros, em algum momento?

**Natália Garcia:** É, isso foi um aprendizado. A gente não pegou nenhum outro projeto desse porte depois desse trabalho em Buenos Aires, que

aconteceu no segundo semestre do ano passado. Mas isso foi um aprendizado, certamente. Não é um aprendizado que já tenha sido aplicado, mas ele tá no horizonte das coisas, da nossa caixinha de ferramentas assim, que a gente usa pra fazer as coisas.

**Pesquisadora:** Mais uma questão sobre dinheiro, sobre o faturamento. Vocês têm registrado – ou podem divulgar – o faturamento da empresa em 2016 e nos anos anteriores?

**Natália Garcia:** Posso fazer esse levantamento pra você. Isso é uma coisa simples de fazer, eu vou na minha conta jurídica e vejo, é bem simples. Eu não sei de cabeça e isso mostra que tipo de gestora eu sou, a gestora que não sabe quanto fatura por ano – mas eu sou essa pessoa [risos].

**Pesquisadora:** Sem problemas. Eu até mandei inicialmente por e-mail porque imaginei, esse é o tipo de coisa que as pessoas geralmente não têm na cabeça. Mas aí eu te passo numa segunda mensagem.

**Natália Garcia:** Por favor, faça isso de mandar essas lacunas pra eu checar direitinho e te avisar.

**Pesquisadora:** Dessas questões mais técnicas era mais isso (que daí te passo por e-mail), e tem mais duas questões que eu queria te colocar. Primeiro, quando a gente conversou aí em São Paulo, você comentou sobre estar vivendo uma espécie de crise em relação ao Cidades nesse momento (em novembro do ano passado, quando eu fui aí). Seria importante pra mim entender, localizar um pouco melhor, por onde passa essa crise. A gente acabou não conversando sobre isso porque eu tava com o roteiro mais fechado e com pouco tempo, e aí eu não abri. Eu queria abrir um pouco essa questão agora, queria que você me contasse um pouco por onde que passa essa crise, se mudou alguma coisa de lá pra cá.

**Natália Garcia:** Posso te contar, claro. Quando eu tive a ideia do Cidades para Pessoas... na verdade, antes de ter a ideia do Cidades, o que aconteceu pessoalmente comigo foi que eu percebi que tava vivendo uma vida que não queria estar vivendo. Eu tive um *insight*, eu tava no trânsito, indo pro trabalho numa manhã – talvez de segunda-feira, já não lembro – mas tava lá, parada, na marginal Pinheiros, e eu tava muito infeliz. Tava muito infeliz porque eu demorava muito tempo pra me deslocar pros lugares, eu pegava muito trânsito todo dia, eu tinha percorrido muitas etapas do que se considera uma vida bem-sucedida classicamente – tava numa faculdade muito boa, num emprego na Editora Abril, tinha um carro, morava numa casa própria – mas eu tava

muito infeliz, tava com problemas sérios de saúde. Ali eu percebi, eu decidi, que tinha que ter um jeito melhor de viver na minha cidade. E foi essa sensação – que não é uma coisa, não é um pensamento, foi tipo uma explosão interna, tipo um *insight* –, eu falei: "cara, eu preciso mudar algumas coisas. Não dá mais pra continuar vivendo desse jeito". Foi um processo, até eu pedir demissão do emprego onde eu tava, começar a pesquisar cidades, passar dois anos como *freela* escrevendo sobre isso até ter a ideia de fazer o Cidades para Pessoas. Com o Cidades para Pessoas, eu tava vivendo um sonho. Tava me aventurando, tava viajando, tava conhecendo cidades que eu sempre tinha sonhado em conhecer – era a primeira vez que eu saía do Brasil (eu tinha ido pra Bogotá, antes, na Colômbia, mas era a primeira vez que eu atravessava o oceano), era a primeira vez que eu viajava sozinha, foi um momento de autoconhecimento e autodescoberta muito grande. Eu tava aprendendo as coisas que eu queria aprender, entrevistando as pessoas que eu queria entrevistar, fazendo o que eu queria fazer da minha vida, com todos os percalços que isso trazia junto, com todas as dúvidas, com todos os medos, com todas as inseguranças que isso trazia junto. Quando o projeto foi dando certo, quando eu fui sendo chamada pra fazer palestras, pra fazer parte de projetos o que foi acontecendo, foi que eu fui sendo tratada como uma espécie de uma especialista. Eu fui sendo tratada como alguém que tinha respostas, alguém que tinha *insights*, alguém que tinha um olhar interessante, importante, e eu vesti essa roupa e deixei essa roupa ficar em mim – eu topei essa roupa. Mas o que foi acontecendo foi que eu fui chegando num lugar muito parecido com aquele lugar inicial, em que era um número enorme de demandas, eu dava um número enorme de entrevistas todo dia, me envolvi num número enorme de projetos. Tudo bem, agora eu tava trabalhando a partir da minha verdade, a partir da minha pesquisa, isso tudo era muito bom. Mas essa roupa de especialista, essa coisa de ficar reproduzindo de certa maneira tudo que eu aprendi ao longo da viagem de pesquisa do Cidades para Pessoas – né, eu fui reproduzindo, fui repetindo de várias maneiras, com vários ângulos, com vários olhares –, esses aprendizados todos, que foram muito importantes, que foram muito ricos, mas eu percebi que eu tava quase que ficando meio que obcecada por essas teorias, por essas ideias. E eu não tava mais me surpreendendo no meu trabalho, eu não tava mais aprendendo coisas novas, eu não tinha mais espaço pra aprender coisas novas. Em paralelo a isso, desde 2014 que eu tinha muita vontade de consolidar esses aprendizados num livro, mas eu nunca conseguia de fato escrever esse livro, nunca conseguia priorizar isso no meu tempo. Eu tentava escrever, mas eu não gostava muito da

voz, eu não gostava muito da maneira como as coisas estavam saindo e, ao mesmo tempo, essa realidade cheia de demandas ia me atropelando e quando eu via o livro tava parado a três meses e não andava. Quando eu cheguei, em novembro do ano passado, naquela crise que te falei, era uma crise de que eu preciso encerrar essa etapa do Cidades para Pessoas. Talvez, até encerrar o projeto, pra abrir uma coisa nova depois. Porque, Cidades para Pessoas é o nome que eu dei pra um projeto em que eu tava tentando descobrir como é que essa ideia emerge no espaço público, como é que essa ideia emerge nas diferentes cidades do mundo. E eu acho que eu descobri coisas muito interessantes e muito valiosas, sinto que eu preciso consolidar essas coisas numa publicação pra continuar trabalhando. O fato de o Cidades para Pessoas ter virado uma empresa foi um acidente [risos]. O plano não era esse, o plano era escrever um livro quando eu voltasse de viagem, um livro de grandes cases do urbanismo mundial. Mas aí eu percebi que esse livro era um livro que ia ficar sem importância um ano depois, porque os grandes cases do urbanismo mundial não param de mudar, o que é importante de ser entendido é a complexidade da vida urbana. É olhar pra cidade como uma plataforma de inovação. Essa é quase que a essência da resposta que eu encontrei, é esse olhar e essa postura, quase que essa diretriz. Essa crise, foi uma crise do tipo eu tava fazendo muitas coisas – tô gerindo uma empresa, uma estrutura, com duas funcionárias, dois salários por mês pra pagar, com parcerias com grandes instituições como o Itaú Cultural – mas, de novo, eu não tô [trecho incompreensível], de novo eu tô deixando que o meu tempo seja tragado pelas demandas que tão fora de mim. Aí, mais uma vez eu rompi com o que eu tava fazendo, rompi com a parceria com o Itaú Cultural em dezembro do ano passado – o Brechas Urbanas foi assumido pelo Bruno Torturra – e a parceria com a Raffaella e com a Marcela também foi encerrada entre o final do ano passado e o começo desse ano. Essas foram as coisas que mudaram de lá pra cá. Ou seja, o Cidades para Pessoas deixou de existir como uma operação. E nesse momento, no comecinho desse ano, eu comecei a me dedicar a esse livro e ele começou a sair de um jeito que tá me agradando, tá dando certo isso. Eu ainda tô trabalhando, hoje, por exemplo, eu dei uma aula no Instituto Tellus sobre cidades e inovação, eu continuo prestando serviços. E é muito provável que depois que esse livro estiver pronto, ou o Cidades para Pessoas volte a existir, ou uma empresa no lugar dele, um projeto no lugar dele, passe a existir. Pra mim, tá cada vez mais claro que trabalhar com a vida urbana é muito a essência do que eu sei fazer nesse mundo. Pode ser que eu me surpreenda depois que esse livro estiver pronto e vá pra outro lugar, não

sei. Mas essa crise passa por esse lugar, pelo lugar de: não faz sentido falar sobre qualidade de vida na cidade, se eu não tiver qualidade de vida na cidade. Não faz sentido escrever sobre coisas que eu não vivo. Pra mim, como jornalista, eu só sei escrever, refletir, sobre as coisas que eu vivo, que eu experimento com o meu corpo. Então, era isso que tava acontecendo naquela época e é assim que as coisas tão configuradas agora.

**Pesquisadora:** Podemos considerar então um encerramento do projeto como ele havia acontecido antes? Posso dizer ou seria precipitado?

**Natália Garcia:** Eu acho que é precipitado dizer isso, por realmente é uma suspensão. As coisas tão suspensas (eu tô fazendo aula de violão, e eu descobri que tem um tipo de acorde que chama acorde "sus", que é como se ele estivesse suspenso, e o tipo de som que ele tem é um som como se fosse uma cara assim [expressão facial], quando as coisas tão em suspenso, quando elas tão meio flutuando). Eu sinto que é isso que tá acontecendo. Acho que encerramento é um pouco precipitado, é um encerramento da operação, mas a Marcela e a Raffaella são parceiras que podem eventualmente ser conectadas pra projetos, pra demandas que apareçam. Outra coisa sobre o Cidades para Pessoas é que a gente sempre dividiu um pouco o nosso tempo entre as coisas que a gente queria fazer e pôr em prática, e as demandas que apareciam e que a gente respondia. As demandas externas eram sempre nossa fonte de renda. Aparecia uma demanda – por uma palestra, por uma aula, por um *workshop*, por um treinamento – e eu tô vendo que essas demandas tão continuando de certa forma. Vira e mexe chega um e-mail querendo conversar sobre alguma possibilidade, de alguma parceria. Essa demanda por entender essa ciência complexa da cidade é uma demanda existente. A operação não tá funcionando, mas o nosso site tá no ar, a nossa página no Facebook tá lá – ela não tá sendo alimentada, mas ela tá lá. Acho que é uma suspensão mesmo, que não tem data pra acabar e eu tô escolhendo essa incerteza. Eu gosto muito dessa ideia de navegar na sabedoria da incerteza.

**Pesquisadora:** Minha última questão seria justamente te pedir pra comentar um pouco mais a saída do Brechas, que eu imaginava que estaria relacionada a esse processo [supressão].

**Natália Garcia:** O que você quer saber exatamente sobre esse encerramento?

**Pesquisadora:** Seria contar o que motivou e, talvez, uma avaliação geral que você faça do papel do Brechas na constituição do Cidades, o papel dessa parceria no que se tornou o Cidades nesses últimos anos.

**Natália Garcia:** Claro. Foi o primeiro projeto fixo do Cidades para Pessoas, o primeiro projeto que tinha uma entrada mensal de dinheiro, um projeto que quase que estruturou uma espinha dorsal na operação do Cidades. Foi uma parceria muito importante com um Instituto que é muito interessante, que é o Itaú Cultural. E foi muito legal porque o Itaú Cultural tava muito aberto a divulgar o Brechas como uma parceria Itaú Cultural/Cidades para Pessoas. Desde o começo, eles estavam abertos a honrar o nome do Cidades e isso foi muito bom pra gente. O Brechas foi o que fez a Marcela se aproximar do projeto – ela se interessou muito por esse nome, por essa ideia, por esse evento – e o fato de a gente ter uma renda mensal possibilitou que ela fosse funcionária. E foi muito especial porque eu fui convidada pra pensar o Brechas pela Aninha de Fátima que é a gerente de comunicação do Itaú Cultural e, no caso, na perspectiva do Itaú Cultural o Brechas Urbanas foi o primeiro projeto da comunicação. A função da comunicação no Itaú Cultural era muito fazer alguns informativos, escrever o jornal (o jornalzinho do Itaú Cultural, a revista *Continuum*), cuidar da comunicação interna da empresa. O Brechas foi o primeiro programa que eles lançaram assim, o departamento do Itaú Cultural, então, pra Aninha e pras pessoas da equipe dela foi uma vitória ter conseguido emplacar isso. As conversas sobre a possibilidade de ter um programa dedicado a pensar cidades dentro do Itaú Cultural começaram um ano antes, no final de 2014. Aí, 2015, o ano inteiro a gente ficou conversando mas não tinha nada muito certo, no final de 2015, eles me convidaram pra gente testar um piloto. O formato e o nome naturalmente nasceram nesse piloto, chamou Brechas Urbanas, o formato era uma conversa com dois artistas que pensam a cidade e a conversa era roteirizada por uma apresentação (você foi no Brechas né?).

**Pesquisadora:** Sim, eu acompanhei um.

**Natália Garcia:** Era uma conversa roteirizada por uma apresentação e o trabalho de produção dessa conversa é como você viu, como você nos acompanhou: a gente ia até os artistas (primeiro, a gente esticava o conceito de artista, muito, a gente esgaçava a ideia do que é um artista) e a gente conversava muito com as pessoas antes, porque a gente queria garantir que a conversa ia tocar em ponto realmente relevantes pra plateia. E eu sinto que o que a gente fez nesse ano com o Brechas Urbanas foi lançar um programa que teve uma identidade. Criou-se uma

identidade, criou-se uma comunidade de pessoas interessadas no assunto – no que a arte tem a dizer sobre a vida urbana –, criou-se um prestígio dentro da instituição (o Brechas Urbanas é um dos poucos programas que cresceu do ano passado [2016] pra esse ano [2017]). Eu sinto que talvez essa fosse a grande vocação do Cidades para Pessoas: criar coisas. Mais do que manter coisas, mais do que ter uma operação fixa de algo que todo mês se repete, eu sinto que a nossa missão era muito criar as coisas, pôr as coisas pra rodar, fazer as coisas terem forma, identidade, relevância, comunidade. E eu sinto que a gente conseguiu fazer isso. Pra mim, entregar o Brechas Urbanas pra outra pessoa assumi-lo foi quase um fechamento de ciclo mesmo. Eu sinto que, lá pro final do ano, a gente já não tava mais se surpreendendo com o que era o Brechas Urbanas, a gente já sabia o que tinha que fazer, já sabia qual era a operação e tudo que eu queria, o que me interessa como profissional, é inventar coisas, me surpreender com as coisas que eu faço. Não vou dizer que eu nunca queira um trabalho que vai se repetir – e eu não tô querendo soar arrogante com o que eu tô dizendo –, mas é que eu sinto que realmente o meu papel ali se esgotou. Ou sei lá, ou talvez essa crise que eu passei tenha me feito ficar ansiosa e largar tudo. Mas eu sinto que foi um fechamento mesmo, que foi abrir espaço pra algo novo, e eu tô sustentando esse espaço aberto. Por mais que a ansiedade de ter mudado radicalmente a rotina, do ano passado pra esse ano, às vezes me faça pensar: "cara, não tenho mais nenhuma entrada de dinheiro fixo todo mês", como eu tinha antes. Mas eu não tô deixando muito essa ansiedade tomar conta das coisas. No âmbito pessoal, eu tô aproveitando esse tempo pra resolver umas pendências familiares burocráticas, pra pôr umas coisas em ordem. Então é isso, basicamente. Tá claro pra você? Você tá feliz com a resposta? [risos].

**Pesquisadora:** Tá. Sim, ficou claro, fiquei contente [risos]. A princípio era isso.

**Natália Garcia:** Não sei se diante disso o Cidades continua sendo um case relevante pro seu trabalho... mas foi assim que as coisas se desenrolaram.

**Pesquisadora:** Sim, completamente, na verdade. Eu lembro que quando a gente se encontrou lá no apartamento do Bruno [Torturra], vocês ainda comentaram: "mas você tem certeza que faz sentido?" [risos Natália]. Mas é que o meu trabalho – e isso foi tomando forma nos últimos meses, porque a pesquisa do Mestrado é assim –, principalmente agora escrevendo, eu vejo que o importante pra mim é entender os movimentos que o jornalismo tá fazendo, mais especificamente que o

jornalismo brasileiro tá fazendo nesses anos. Então, se o projeto continua ou não, se o projeto tá suspenso, é um movimento e a ideia é olhar pra esse movimento.

**Natália Garcia:** Claro.

**Pesquisadora:** (não é todo mundo também que entende pesquisa desse jeito, tenho professores e colegas que vão apontar assim: "ah, mas um projeto que terminou, você não vai estudar", mas eu digo: "não, a gente pode estudar um projeto que terminou", porque as coisas na vida são assim, elas acontecem e, às vezes, elas terminam também [risos], acho que isso faz parte).

**Natália Garcia:** É interessante você falar isso, porque eu acho que parte importante dessa crise do fim do ano passado foi voltar pro jornalismo, foi a vontade de voltar pro lugar que faz perguntas e não mais ocupar o lugar das respostas. Essa figura do jornalista especialista, que começa a existir no mundo – tipo o Michael Pollan, que é um especialista em abastecimento de comida – é uma figura controversa, é uma posição controversa. Eu já não respondo faz algum tempo, mas, durante muito tempo, jornalistas me ligavam fazendo uma pauta sobre ocupação de espaços públicos e querendo saber a minha opinião – e a minha opinião não interessa, não importa, eu não tenho nada pra te dizer. Então, eu sinto que foi muito interessante explorar esses limites do jornalismo entender até onde ele vai, em alguns momentos cair mesmo do abismo, em alguns momentos realmente sair um pouco e entender que é pra cá que eu quero voltar. É pra esse tipo de ferramenta de organização da realidade, que o jornalismo pode ser, que eu quero voltar no fim das contas. Esse livro é um esforço de reportagem, é um esforço de consolidar numa publicação essa trajetória e essas descobertas. Então, é interessante você falar isso porque eu sinto que é um retorno pro jornalismo, no fim das contas. Era a busca do jornalismo que me fez sair de uma grande editora, é a busca do jornalismo que me faz renunciar um projeto consolidado e que dá certo e que dá lucro. Porque o jornalismo é o lugar que tá fora da zona de conforto, que precisa estar fora da zona de conforto pra encontrar as coisas que nos surpreendem, pra encontrar as narrativas que realmente transformam a nossa percepção do mundo.

**Pesquisadora:** Entendo. Bacana, fiquei contente com a conversa [risos]. Brigada pela atenção, por mais esse tempo. E boa sorte na procura, na caminhada.

**Natália Garcia:** Obrigada.



**Raffaella Pastore Meneguetti, 26 anos, formada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda**

*Entrevista concedida no Parque Buenos Aires, em São Paulo, no dia 02/12/2016.*

**Pesquisadora:** Quando foi sua entrada no projeto?

**Raffaella Pastore:** Em outubro de 2014, a Cidades para Pessoas foi fazer uma oficina dentro do CoCidade – o CoCidade é um projeto do meu namorado, por acaso, mas não foi por isso que eu fui escolhida pra participar da oficina [risos], passei pelo processo seletivo de fato. Era uma oficina que o Cidades para Pessoas tava dando e eu participei da oficina, a Nati [Natália Garcia] gostou de mim e no final ela falou: "você não quer trabalhar comigo?", e eu falei "sim, quero!". Desde então, eu comecei a trabalhar com elas [Natália e Juliana]. Basicamente, naquele começo eu era mais um braço direito da Nati, pra tudo que ela precisasse, e depois acho que o Cidades para Pessoas foi ganhando uma outra estrutura.

**Pesquisadora:** Atualmente, você se identifica com alguma função específica dentro da organização do projeto? E qual seria ela? Ou você se vê transitando entre mais de uma função?

**Raffaella Pastore:** Eu acho que o que aconteceu lá naquele primeiro encontro (aquela mesma oficina que aconteceu) [e] que se manteve até hoje, que diz respeito ao que eu faço dentro da equipe, que é mais meu do que de todas elas, é a parte um pouco de produção de eventos como um todo. Então, precisava organizar todos os materiais, todas as pessoas, marcar o tempo, as atividades. Meio que fazer esse cronograma assim, [de] como que as dinâmicas vão acontecer. Acho que eu fico nesse lugar de organizar. As horas das dinâmicas, ver se tudo cabe dentro do horário, pensar as margens, garantir que todo mundo vai ter comida, coisas assim.

**Pesquisadora:** Entendi. De produção mesmo?

**Raffaella Pastore:** É.

**Pesquisadora:** A parte mais de comunicação interna, de comunicação do projeto com investidores, esse tipo de coisa, você faz também? Participa ou participou em algum momento?

**Raffaella Pastore:** Da parte de comunicação interna... olha, a gente é uma empresa muito pequena pra falar de comunicação interna, né? Mas o que diz respeito à comunicação, eu cuidava das partes de *social media*. Então, o Facebook era eu que fazia, os eventos sou eu que faço, coisas assim. Agora, a parte com empresas, a gente não faz esse trabalho de ir até as empresas, são muito mais as empresas que vem até a gente. A

gente não faz muito esse trabalho de mídia, de ir levando, ir tentando vender os nossos projetos.

**Pesquisadora:** Tem tido sempre uma demanda de fora então?

**Raffaella Pastore:** É uma demanda de fora. Tem alguns tipos de serviço que a gente oferece e vai um pouco do que o cliente quer. Depende, se é uma empreendedora, a gente talvez fale mais sobre Cidades para Pessoas. Se é uma instituição de ensino, talvez a gente fale – sei lá – sobre as novas vidas da cidade, ou mobilidade urbana, depende.

**Pesquisadora:** Uma vez que existe esse contato, de outras empresas com vocês, essa mediação entre a empresa e vocês ela fica mais centrada em alguém ou vocês fazem isso coletivamente?

**Raffaella Pastore:** Acontece de dois jeitos diferentes: um que é a The Mob – não sei se a Nati te falou da The Mob. A The Mob é uma agenciadora, então, grande parte desses projetos muito grandes, que são tipo construtoras, eles procuram às vezes a The Mob e a The Mob procura a gente, aí ela cuida. Tipo, as viagens da Nati – a Nati fez um projeto que chamava [termo incompreensível], que era uma construtora e aí ela fez vários projetos, ela viajou umas doze cidades, quinze, vinte, não sei, muitas – e quem fazia tudo isso era a The Mob. Então, a The Mob fazia o ponto de contato com o lugar onde a Nati ia chegar, quem ia receber a Nati, quanto ela ia receber de cachê, quem ia fazer os depósitos, tinha essa agência que cuidava de tudo. Quando fica pro nosso lado, por exemplo, o Brechas Urbanas, aí, quando caracteriza produção, cai muito em mim, eu fico fazendo esses trâmites com o Itaú Cultural.

**Pesquisadora:** Quanto tempo, em média, você dedica a atividades do Cidades por semana? (Uma estimativa).

**Raffaella Pastore:** Estimativa? Acho que eu diria umas 25 horas. Acho que já foi mais, já foi todo dia. Eu já trabalhei todo dia no Cidades pelo menos seis horas, então, já foi de 36h/40h e hoje deu uma diminuída.

**Pesquisadora:** Atualmente, além da dedicação ao projeto, você mantém outras ocupações – como um emprego, faculdade, algo do tipo?

**Raffaella Pastore:** Não.

**Pesquisadora:** E sempre foi assim? Sempre conseguiu se dedicar ao projeto desde que entrou ou em algum momento precisou conciliar com outras coisas?

**Raffaella Pastore:** No primeiro semestre desse ano [2016], eu fiz uma pós em Arquitetura, Sociedade e Educação, aí eu dedicava parte, mas era a noite. Talvez, esse período assim. Mas, de forma geral, eu consigo fazer todas as minhas outras coisas no meu outro tempo.

[00:06:29.12] **Pesquisadora:** Você já comentou um pouco, mas poderia descrever um pouco mais como que costuma ser a sua rotina de atividades no projeto, as coisas que costuma fazer?

**Raffaella Pastore:** Acho que tem uma coisa que quebra um pouco, assim... Uma coisa que é rotineira é o Brechas Urbanas, porque é um evento que acontece todo mês, o ano inteiro. Então, essa foi uma coisa que aconteceu como rotina dentro da nossa dinâmica, ao longo do ano. Porque acho que, de forma geral, a gente faz projetos que são muito soltos, então a rotina se mantém na verdade dentro de cada um dos projetos, ela não estica pra outros, porque cada projeto é muito individual mesmo. Mas então, eu vou falar de dois, do Brechas Urbanas, que é uma coisa que aconteceu perenemente e vou falar de algum outro projeto especial. No Brechas Urbanas, minha rotina fica muito em... [pausa]. A gente decidiu – foi uma coisa que foi acontecendo um pouco organicamente e depois se deu numa conversa que a gente teve recentemente – sobre quem ficaria com quais papéis dentro do Brechas Urbanas, parte de curadoria ficou com a Natália e com a Marcela, e eu ficaria com a parte de produção, que eu já fazia, e a parte de comunicação. Feito essa parte de curadoria, a gente escolheu então os artistas que vão entrar junto com a Nati no Brechas Urbanas. Depois disso, eu começava já a participar das reuniões pra colher os materiais e, já com esses materiais, todo dia eu vou pensando um pouco no que vai entrar na apresentação, o que é legal de fala, o que é legal de imagem, o que pode ficar bonito como composição. E aí, feita a composição das ideias, tal, eu mostrava isso pra Nati de novo, a gente ia pra uma outra reunião onde a Nati dava um pouco uma roteirizada, porque ela e a Marcela tem um olhar mais interessante de narrativa, então elas meio costuravam, davam uma olhada pra costurar direito o que eu já tinha colocado e aí continuava fazendo essa parte de navegação de experiência, que eu peguei pra fazer. Paralelamente a isso, cuidando com o Itaú [Cultural] da sala, se tá tudo certo, quais são os cabos que a gente precisa, que a gente não precisa, luz, microfone, essas coisas mais técnicas assim. E aí, o tempo vai passando, 15 dias pro evento faz a abertura do evento no Facebook e aí esses últimos 15 dias finais continua amarrando a apresentação, porque a gente já tá de olho no próximo, do mês seguinte. Basicamente, essa é a rotina do Brechas Urbanas. De outros projetos, me vieram dois na cabeça que aconteceram esse ano, que foi o de Buenos Aires e um outro que eu acompanhei a Nati, que era o de complexidade, que aconteceu aqui em São Paulo com um grupo de inovação social do Instituto Amani. Nesses, a minha rotina ficou também... como eram essas duas – vou colocar como se fosse

oficina –, esse método que é um pouco oficina, fica na minha rotina escolher o lugar, combinar com o lugar os horários que a gente vai entrar, que a gente vai sair, até quando que a gente pode ficar lá, pensar nas dinâmicas de aprendizado pra que a gente tenha dinâmicas que sejam bastante diversas e que possam pegar diversos tipos de saberes, que a gente possa contemplar as mais diferentes pessoas. Depois, acho que começar a desenhar as dinâmicas mesmo das oficinas, como que elas aconteceriam. Acho que o meu trabalho tá bastante perto também de conseguir prever o que pode acontecer, pra não dar erro. "Putz, pode ser que aconteça não sei qual coisa", e aí que já resolvi, já tá pronto, já tá ali.

**Pesquisadora:** Ainda sobre a sua participação individualmente, você teve alguma outra experiência ou contato com algo que envolvesse jornalismo antes da participação no Cidades para Pessoas?

**Raffaella Pastore:** Não, acho que não. Eu trabalhei com publicidade e propaganda, mas eu não ficava na parte de redação, eu ficava na parte de planejamento. E trabalhei muito com digital, mas *social media* não é jornalismo, né? É outra coisa também. Enfim, acho que não.

**Pesquisadora:** O que te motivou a participar do projeto?

**Raffaella Pastore:** Antes de trabalhar no Cidades, eu já tinha trabalhado na *Efêmero Concreto* – que é um projeto do [A], que é a mesma empresa que faz o CoCidade e a *Efêmero Concreto* era uma revista de jornalismo, na verdade. Quando eu entro pra fazer a *Efêmero Concreto* e blog da [A] – foi no comecinho da faculdade, tipo no segundo semestre, acho que isso – sei lá, eu falo: "ah, eu vou trabalhar com publicidade", porque eu queria experimentar o que era a faculdade que eu tava fazendo. Mas, aquela hora, eu já entendia que o que eu queria trabalhar era arte e cidade, e como a vida urbana, na verdade, é tudo. Sempre pensei muito a cidade como esse espaço de trocas entre pessoas. Como a gente se reconhece muito no outro e, se a gente se possibilita olhar um no olho do outro, como a gente se entende mesmo e respeita também o nosso espaço. Então, eu fiquei bastante interessada nisso assim, na cidade como plataforma educativa. E aí pensar a cidade para pessoas tava muito nessa mesma linha, assim, da cidade como um lugar de afeto. Acho que esse é o primeiro lugar que me interessa muito. Na primeira oficina que elas me chamam pra trabalhar com elas, a gente cria a Passanela, que é uma intervenção em cima de uma passarela onde a gente fez uma estrutura de bambu pra sombrear o espaço e uns bancos para as pessoas poderem sentar. Eu gostei muito de trabalhar fisicamente também no espaço público, tá ali com o meu corpo construindo. Isso foi uma coisa que a gente fez pouco depois dessa primeira intervenção do

Cidades para Pessoas, mas também ficou como uma vontade assim de querer transformar o espaço público com a sociedade civil.

**Pesquisadora:** Voltando um pouco no que você falou antes da sua rotina, um detalhe que ficou faltando: normalmente, as atividades você desenvolve da sua própria casa ou na casa da Natália, como que funciona isso?

**Raffaella Pastore:** Meio a meio. Foi tudo muito flexível e maleável, então não tem exatamente uma regra: “só trabalho na casa da Natália, ou só da minha”. Mas eu sempre trabalho um dia ou outro de casa – recente, a gente conversou sobre outros formatos. Até uns dois meses atrás, eu ia de três a cinco vezes na casa da Nati, depois a gente começou a diminuir, até que agora eu tava indo só umas duas três. E aí eu sempre trabalho mais um dia em casa ou pelo menos mais uma manhã. Porque tem coisas que eu sei que eu não consigo fazer de casa. Ou, responder e-mail, eu posso fazer de qualquer lugar também, que é isso que tá com o trâmite com o Itaú Cultural, que toda hora tem alguma coisa pra responder, mas aí eu faço de qualquer lugar.

**Pesquisadora:** Vocês se reúnem com alguma frequência específica – mesmo que ela tenha mudado – pra planejar os eventos, as atividades?

**Raffaella Pastore:** Com certeza, a gente se encontra uma vez na semana, as quatro. De uma a duas [vezes] acho, que a gente tenta.

**Pesquisadora:** Mas não tem necessariamente um dia fixo?

**Raffaella Pastore:** Acabou ficando a segunda. Mas não porque... porque aconteceu, eu acho. Porque a Marcela [Arruda] tá fazendo o TCC dela, então, a gente tava bastante acho que tentando ajudar a Marcela se moldando aos horários dela, pra que ela conseguisse ir em todas as aulas. Segunda-feira acabou sendo um dia bom pra Marcela e aí todas nós conseguimos também, então, nesse último mês a gente se encontrou toda segunda-feira.

**Pesquisadora:** Esse espaço da casa da Natália [Garcia], que é também espaço de trabalho do projeto, as atividades que vocês fazem lá em algum momento são abertas ao público?

**Raffaella Pastore:** Sim. Eu queria falar uma outra coisa antes sobre o espaço que eu acho também que era bastante importante: a casa da Natália e da Juliana [Russo], além de elas terem um escritório com o Cidades para Pessoas, pra mim também é um espaço bastante fértil, assim, de ideias. Eu levo muitos dos meus projetos pessoais também pra lá e a gente também fala muito sobre projetos que são fora do Cidades para Pessoas, pode ser um desenho que eu fiz que eu levo pra Ju e falo: "Ju, olha o desenho que eu fiz" e ela me ensina técnica de desenho ou outros projetos. Então, também vira uma casa que não é só a gente

trabalhar no Cidades para Pessoas eu acho, apesar de ser o escritório e, claro, que a maioria do nosso tempo a gente dedica pra isso, vira também pra circularem essas outras energias dos nossos outros projetos. Seja de palestras que a Nati tem pra fazer, de um livro que a Juliana estiver desenhando ou coisa que a gente vai experimentando, a Marcela também com o TCC dela. Tudo virou um grande projeto, como se todas estivessem ajudando as outras, cuidando e alimentando. O que acontece lá na sala além dessas outras trocas é a Sala Aberta – não sei se a Ju [Juliana Russo] chegou a falar. Desde o final do ano passado, a Ju [Juliana Russo] começou um projeto lá que chama Sala Aberta. A Sala Aberta consistia em abrir a sala da casa delas pra fazer uma exposição de arte. A Juliana coletava durante um tempo – sei lá, durante um mês, dois meses –, ela fazia curadoria de pequenas obras, só obras em pequenos formatos. Algumas exposições rolaram com temas, outras foram diversos. Por exemplo, o tema era cadernos, caderninhos de desenho, ela expunha tudo isso na sala, a cozinha fica aberta pra quem quiser – na cozinha, a gente faz alguma comida, serve bebidas e coisa assim. As obras têm um preço, mas você escolhe pagar quanto quiser. Da mesma forma, a comida na cozinha, também tem um preço, mas você também pode escolher pagar quanto você quiser. Depois, tudo isso acaba revertido pra gente se pagar (quem trabalhou). Normalmente, era de quinta a domingo, sendo que ou no sábado ou no domingo a gente fazia um grande dia de comida, chamava uma chef, alguém pra ajudar a gente a cozinhar mesmo. Esse acho que era o projeto mais aberto da Cidades para Pessoas, mas a Ju também coordenou algumas oficinas de desenho, acho que foram duas turmas esse ano [2016], em que as pessoas se encontravam lá, ela dava uma aula básica na sala e depois o grupo saía pra desenhar a cidade, observar.

**Pesquisadora:** O Sala Aberta ainda está acontecendo ou parou? Acontece com um intervalo maior?

**Raffaella Pastore:** É. A Ju queria fazer um ainda esse ano [2016]. Também é uma ideia bastante em processo, não é nada definitiva. Desse mesmo jeito que tinha um modelo de ser, talvez, uma galeria de tempos em tempos, depois a gente já mudou pra espaço de desenho, como agora talvez a gente esteja mudando pra virar uma lojinha mais fixa, onde tenha várias pessoas que trabalham. E a gente tem uma conversa entre cinco mulheres acontecendo pra cada uma tentar vender suas coisas lá dentro e organizar as jornadas de trabalho, atividades – a reunião ia acontecer, mas aí uma delas foi viajar e aí não rolou ainda.

**Pesquisadora:** Além de vocês quatro, em algum momento o Cidades para Pessoas teve algum outro colaborador? Eventualmente, um colaborador esporádico?

**Raffaella Pastore:** Pipito [ave de estimação da Natália Garcia] [risos]. Deixa eu pensar... Acho que tem essa parte técnica. Quando a gente fez a primeira oficina, que era a oficina do Passanela, quem ajudou a gente muito foram os rapazes da Himawari – o Pizza e o Fernando – que tem a técnica de bambu. Então, se não fosse por eles, a gente não tinha conseguido fazer com a qualidade que a gente fez, uma estrutura que tá lá três anos com segurança [áudio incompreensível], não vai cair. Eles foram muito *brothers* nessa hora. A gente pensou em fazer um *parklet* lá na frente também, da sala (da Cidades para Pessoas) e também falou com eles pra ver se eram a fim de desenhar com a gente. Ao mesmo tempo, quem tava junto desde esse primeiro momento que, vira e mexe, a gente conversa, é também o Guilherme Ortenblad, da Zoom Arquitetura, que foi pra quem a Nati agora doou toda a coleção dela de arquitetura e urbanismo, cidades para pessoas, ela doou pro instituto A Batata Precisa de Você – que é também do Gui. Acho que são muitas redes juntas. O CoCidade também, que a gente ficou dois anos na parceria e esse ano [2016] também eu participei de todas as reuniões que eles tiveram como cogestora – é uma representatividade do Cidades para Pessoas dentro do CoCidades. Aconteceram uns dez, doze, encontros ao longo do ano.

**Pesquisadora:** Quanto ao modelo de organização ou categoria, digamos assim: é um empresa? (Registrada como empresa, com CNPJ)

**Raffaella Pastore:** Sim, é uma iniciativa privada com CNPJ.

**Pesquisadora:** Isso desde sempre? – você sabe?

**Raffaella Pastore:** Eu imagino que há seis anos atrás, quando a Nati resolve fazer a viagem dela pelo mundo atrás das 12 cidades pra investigar, nessa hora, acho que ela já começa a criar o Cidades para Pessoas com CNPJ pra poder receber os dinheiros, porque era um montante que acho que ela não poderia receber em pessoa física. Acho que, por questões burocráticas, acho que nessa hora ela já cria o CNPJ da empresa.

**Pesquisadora:** Desde a sua entrada, nesse tempo da sua participação, em algum momento vocês discutiram o modelo de organização ou de se estruturar o trabalho, enfim, as tarefas, no Cidades para Pessoas? Vocês tiveram essa discussão?

**Raffaella Pastore:** Sim. Desde o começo, acho que várias vezes na verdade. Eu entrei em outubro de 2014 e a gente já deve ter tido a primeira reunião em dezembro sobre como seria dali pra frente. Acho

que todo ano a gente tem umas duas conversas pra entender como que seria a estrutura do projeto. Toda conversa acaba sempre abrindo pra que todas nós somos diferentes cabeças do Cidades para Pessoas, então, todas nós temos forças diferentes pra trazer e colaborações diferentes. Acaba que a Natália, ela traz muito mais os projetos, como fonte assim. A gente, todos esses tempos, na verdade, acabou trabalhando junto com ela mais do que ela com a gente assim. No sentido de que...

**Pesquisadora:** Acompanhando...

**Raffaella Pastore:** É. Nem sei explicar direito. Porque ela que fez as palestras, ela que foi criando muito um formato também de entrega que era muito palpável. Talvez, o que a gente tenha pra entregar as quatro, como empresa, é menos palpável do que uma palestra. Uma palestra fica muito mais fácil de uma pessoa entender: "ah, eu vou contratar a Natália pra ela palestrar hoje sobre cidade". Por exemplo, já o projeto de Buenos Aires, era uma coisa que é menos palpável: você sabe que você vai falar sobre escala humana, mas é bem mais complexo, então, realmente precisa de outras cabeças pra organizar. O que a gente conversa sempre é isso de que o Cidades para Pessoas é um projeto. E a Natália trouxe muito isso esse ano de que ela gostaria de liderar menos, de ter menos esse papel de líder mesmo. Ela gostaria que fosse mais horizontal, que a gente pudesse ter mais liberdade. E eu acho que a gente tem bastante, é só que as oportunidades não rolaram tanto, assim, de fazer as coisas vingar. Mas a gente conversa bastante sobre isso, os formatos.

**Pesquisadora:** Pensando nisso que foi colocado, de ter mais horizontalidade, vocês chegaram a pensar algum aspecto específico que vocês acham que poderiam mudar pra que isso fosse atingido ou é uma discussão mais abstrata ainda?

**Raffaella Pastore:** É bem abstrata. O que eu vejo é um pouco como eu tinha te dito antes, de outros projetos pessoais que eu tenho, que eu levo pra lá, aí eu entendo que esses projetos que eu tenho... Por exemplo, eu tenho três projetos que tão em caminho agora. Nem sei quando eles vão ficar prontos, o que vai acontecer, mas um deles é sobre investigação do desenho dos parques e praças de várias cidades que eu fui e aí eu analiso esses parques, vejo esses traçados, que tipo de convivência esses traçados favorecem ou não, coisas assim. Esse é um projeto que tá diretamente ligado ao que é Cidades para Pessoas. Então, uma vez que eu trabalhe isso melhor, eu posso usar o Cidades para Pessoas pra falar sobre esse meu trabalho. Mas é que como ele é muito embrião, ainda tá começando, não tem muito sobre o que eu falar. Mas é um pouco isso que eu vejo entre os outros projetos do Cidades para Pessoas, seja da Marcela ou da Juliana. Não sei o que elas têm, mas, bom, pelo menos de



mim, eu vejo que esses são os outros projetos que poderiam entrar, esses outros que eu tenho, poderiam entrar dentro do Cidades para Pessoas. Fica no abstrato, mas sei que elas sabem disso também. E a gente meio se entende. Mas a gente nunca falou efetivamente: "então vai lá, Raffaella, tentar vender isso aqui pra um edital". Não rolou.

**Pesquisadora:** E, de forma geral, como você avalia o modelo de organização adotado por vocês?

**Raffaella Pastore:** Tem uma... Acho que a primeira coisa que é maravilhosa é entender que a gente entende que somos pessoas diferentes, com horários diferentes, vontades diferentes, necessidades diferentes. Essa é uma coisa que tá sempre na mesa do Cidades para Pessoas. Então, se eu estiver super mal, eu tenho toda abertura pra falar: "eu tô muito mal hoje" ou "tô indo aí, preciso de um abraço, vamos ficar juntas e não fazer mais nada" ou, ao contrário, "vamos trabalhar juntas hoje, hoje é um dia bom pra mim", "é um dia bom pra vocês?". Acho que isso aproxima muito também as ligações de trabalho, porque você tá reconhecendo no outro coisas que são mais íntimas do que o que normalmente tá posto num espaço de trabalho. Às vezes, tá colocado só a sua função. Você só precisa ir lá e fazer sua função. Acho que isso é uma coisa muito importante nas relações de trabalho. E isso também vem ligado a essa rotina, que a gente também não tem uma rotina, o que pra mim é muito importante pessoalmente – eu não gosto de ter uma rotina, não entro nessa caixinha. Já tentei, passei anos trabalhando em agência, virando altas madrugada, sempre ficava doente depois, então sei que não faz bem pro meu corpo, nem pra minha cabeça. Então, acho que também isso é outra coisa boa de não ter rotina. É entender que a criatividade, ela aparece espontaneamente, não adianta você ficar forçando a criatividade porque ela é uma flor que brota e a gente não sabe quando. Os laços são muito afetivos, também acho que é muito favorável na nossa relação. Tem esse ponto que é uma coisa... eu, como entrei há dois anos e entrei, a princípio, como assistente da Nati, eu vejo também como o Cidades foi se transformando. Porque ele era completamente uma outra coisa há dois anos atrás do que o que ele é hoje – como instituição mesmo, atrás das câmeras assim. Então, é como se a gente tivesse, talvez, sabe numa fase meio de adolescência assim? Em que quando entrei talvez fosse o pré-adolescente e aí a gente tá meio numa adolescência que ainda não sabe o que vai virar, eu acho.

**Pesquisadora:** Um momento de mudança, então? Sem saber muito...

**Raffaella Pastore:** É. Eu acho que é uma coisa por aí. E aí, talvez, isso traz um pouco de insegurança assim. Mas faz parte. Insegurança

também é combustível.(Não sei se foi muito abstrato ou se eu respondi sua pergunta).

**Pesquisadora:** Não, respondeu bastante. Pensando um pouco numa comparação entre essa dinâmica de vocês no Cidades e o modelo convencional de se fazer jornalismo – ou, de uma empresa no geral, não só de jornalismo, de uma empresa mais convencional – você vê vantagens e desvantagens nessa diferença? Você acha que tem algum aspecto de um modelo mais convencional de atuação que, se fosse aplicado no Cidades (com adaptações, enfim), teria um impacto positivo pra organização de vocês?

**Raffaella Pastore:** Ó [risos], quando você me diz isso, a única coisa que eu consigo pensar, na minha cabeça, é carteira assinada e décimo terceiro, que a gente não tem. Eu já tirei férias sem receber, isso dá uma quebrada – porque: "putz, eu preciso tirar férias, mas eu não posso receber! Então como que eu vou tirar férias?!". Fica meio nisso, né. Então, quando eu penso em estruturas formais e no que elas poderiam contribuir é principalmente nessa parte assim. Mas... é, não consigo pensar em mais nada que eu gosto [risos] da estrutura formal! Pelo menos do que eu trabalhei, eu não trabalhei com jornalismo, não sei como é um escritório de jornalismo, uma editoria, uma revista. Mas... ah! Tem uma outra coisa boa de empresas que é diferente da nossa instituição – que somos em quatro pessoas – e, às vezes, trabalhar com mais pessoas possibilita outros tipos de troca talvez, mesmo entre mais áreas. Porque a gente não tem muito área, cada uma. Apesar de cada uma fazer uma função, a gente não tem uma área de trabalho. Todo mundo meio que trabalha junto, uma coisa bastante orgânica. Acho que a gente teve uma reunião sobre o Brechas Urbanas recentemente sobre função, clareza dos papéis. E foi muito importante ter essa reunião de clareza de papéis. Então, acho que é um pouco um alinhamento que esse outro formato de instituição, que é mais cartesiano, tem que a gente às vezes falta. Que é bom. Foi muito bom a gente sentar as quatro e falar: "bom, o que cada uma faz?" pra resolver tanto as questões mais práticas do trabalho – às vezes, a gente tava perdendo tempo porque a Marcela tava fazendo a mesma coisa que eu tava fazendo – quanto pra acalmar coisas internas. Por exemplo, isso que eu falei da curadoria: eu, num lugar interno, às vezes eu ficava meio triste por não estar fazendo parte da curadoria. Só que aí, nessa conversa, eu entendi que realmente não é o meu forte, não é onde eu brilho. Então, às vezes eu tava buscando por uma luz que nem é minha, então era um trabalho extra de gastar energia. Foi muito bom conversar pra eu entender o meu lugar e falar: "putz, é verdade. Eu não preciso ficar mal por não tá fazendo parte desse pedaço,

porque elas fazem melhor do que eu". É saber também aceitar a sua própria vulnerabilidade e entender o seu lugar. Às vezes, como a gente fica muito no sensível, a gente deixa de conversar sobre essas coisas que são mais práticas mas que também são importantes pra acalmar tanto o sensível, quanto o prático.

**Pesquisadora:** É isso, Rafa. Não sei se você tem alguma questão que gostaria de acrescentar, algo que eu não mencionei e que você ache legal destacar?

**Raffaella Pastore:** [pausa] ah, me veio... eu já falei isso de algumas formas, mas eu vou falar de novo. Eu acho que uma grande diferença então dos modelos tradicionais de instituição por que a gente tem é principalmente você conseguir olhar pro outro e entender que aquela pessoa tá do teu lado com sonhos, aspirações e vontades, inclusive potencialidades. Então, como que a gente pode, no nosso dia a dia, estimular essa pessoa a trazer todas essas coisas pra fora. Às vezes, no escritório a gente não tem tempo de olhar pro outro e ver que aquela pessoa do nosso lado tá tipo com, meu, um romance lindo escrito e ela só precisava de alguém pra ler. Eu acho que a gente tem muito isso na nossa troca, talvez isso acho que é uma coisa que eu levaria pra instituição [convencional]: mais reconhecimento dos seres que tão ali do lado do que das funções. Eu não sei se é coisa muito de paulista pensar isso, porque, a gente, quando conhece uma pessoa pergunta: "e aí, como cê chama? O que você faz?". É a segunda pergunta que você faz pra pessoa: "o que cê faz, onde cê trabalha?". E, tipo, sei lá... por acaso, eu trabalho com algo que me move e que eu amo. Mas, meu, e se não?! E aí, o mais legal é a gente falar sobre os nossos prazeres, os nossos [áudio incompreensível], sei lá, sobre o que é mais essencial da vida. Às vezes, a gente deixa disso por funções.

**Pesquisadora:** Seria a pessoa pra além da função, talvez?

**Raffaella Pastore:** É. É, eu gosto disso.

## APÊNDICE D – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Os termos foram assinados por todos os entrevistados e encontram-se sob guarda da autora.

## **TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)**

Você está sendo convidado(a) para participar, de forma voluntária, em uma pesquisa. Após ser esclarecido(a) sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte do estudo, rubricue todas as folhas e assine ao final deste documento, com as folhas rubricadas pela pesquisadora, e assinadas pela mesma, na última página. Este documento está em duas vias. Uma delas é sua e a outra é da pesquisadora responsável. Em caso de recusa você não será penalizado(a) de forma alguma.

A presente pesquisa tem o objetivo de compreender aspectos dos modelos de organização e produção adotados por experiências alternativas e independentes do jornalismo brasileiro. Ela é parte da dissertação a ser apresentada pela pesquisadora como pré-requisito à conclusão do curso de Mestrado no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Entre os procedimentos a serem adotados pela pesquisadora estão a realização de entrevistas individuais que irão integrar a publicação da dissertação. Na entrevista, a pesquisadora faz questionamentos acerca das impressões dos entrevistados sobre o tema da pesquisa, bem como acerca da relação dos mesmos com as iniciativas pesquisadas. Você pode se sentir desconfortável caso algum tema que lhe seja sensível venha a ser publicado no trabalho.

Os resultados da pesquisa serão inteiramente compartilhados com você, em formato PDF, tão logo a dissertação seja apresentada à banca examinadora e a versão final entregue à universidade. Os dados colhidos pela pesquisadora serão arquivados digitalmente por um período de cinco anos após o término da pesquisa.

Antes, durante e após a realização da pesquisa você pode entrar em contato com a pesquisadora pelo e-mail e pelo telefone informados abaixo. Da mesma forma, a qualquer momento você pode retirar seu consentimento sem que isso acarrete prejuízo ou pena.

**CONSENTIMENTO DE PARTICIPAÇÃO**

Eu, \_\_\_\_\_,  
RG \_\_\_\_\_, CPF \_\_\_\_\_ abaixo assinado,  
concordo em participar do presente estudo como entrevistado.  
Fui devidamente informado e esclarecido sobre a pesquisa, os  
procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e  
benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido  
que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem  
que isto leve a qualquer penalidade.

Local e

data: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_Nome: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Assinatura

do

Participante:

\_\_\_\_\_

Telefone para contato:

\_\_\_\_\_

Pesquisadora responsável: Mariana da Rosa Silva

Telefone para contato: (48) 99156-4661

E-mail para contato: [rosasilva.mariana@gmail.com](mailto:rosasilva.mariana@gmail.com)

Orientador responsável: Prof. Dr. Rogério Christofolletti

E-mail para contato: rogerio.christofolletti@ufsc.br