



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO  
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

**Daiane Lara Nora**

*O Mapa do Jornalismo Colaborativo*

**RELATÓRIO TÉCNICO  
do Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à disciplina de *Projetos Experimentais*  
ministrada pelo prof. Dr. Fernando Crocomo  
no primeiro semestre de 2017  
orientado por Profa. Dra. Maria José Baldessar**

**Florianópolis  
Junho de 2017**



<b>FICHA</b>	<b>Trabalho de Conclusão de Curso do JORNALISMO UFSC</b>		
<b>ANO</b>	2017		
<b>ALUNO</b>	Acadêmica: Daiane Lara Nora		
<b>TÍTULO</b>	O Mapa Colaborativo do Jornalismo Independente		
<b>ORIENTADOR</b>	Profa. Dra. Maria José Baldessar		
<b>MÍDIA</b>	<input type="checkbox"/>	Impresso	
	<input type="checkbox"/>	Rádio	
	<input type="checkbox"/>	TV/Vídeo	
	<input type="checkbox"/>	Foto	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Website	
	<input type="checkbox"/>	Multimídia	
<b>CATEGORIA</b>	<input type="checkbox"/>	Pesquisa Científica	
	<input type="checkbox"/>	Produto Comunicacional	
	<input type="checkbox"/>	Produto Institucional	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Produto Jornalístico	<b>Local da apuração:</b>
	<input type="checkbox"/>	Reportagem Livro-reportagem	( ) Florianópolis (x) Brasil ( ) Santa Catarina ( ) Internacional ( ) Região Sul País: _____
<b>ÁREAS</b>	jornalismo colaborativo, jornalismo participativo; jornalismo independente; mídias alternativas;		
<b>RESUMO</b>	Este trabalho de conclusão de curso consiste em um site que mostra como as pessoas podem colaborar com jornalismo independente, no contexto nacional e atual. Para abordar essa questão, foi enviado um convite aos veículos independentes para participarem do projeto, respondendo dez perguntas em texto, áudio ou vídeo. Esse conteúdo compõe um mapa interativo, onde é possível localizar geograficamente as mídias e ler uma breve descrição sobre cada uma delas. O resultado é uma ferramenta social, que aproxima as pessoas dos jornalistas, facilita a colaboração e estimula o diálogo entre eles.		



Dedico este trabalho a todos aqueles que participaram da minha vida. Este trabalho é de todos vocês.



## AGRADECIMENTOS

Aos meus pais Germano Nora e Maristela Savi Nora, por todos esses anos de dedicação e amor. Aos meus irmãos Suelen Sara Nora e Jackie Nora que, em diferentes aspectos, tanto me estimularam. A minha orientadora Maria José Baldessar, que foi a primeira a receber minhas ideias e que desde cedo me ajudou a amadurecê-las. A Fernando Crocomo, Rogério Christofolletti, Flávia Guidotti, Rita Paulino, Antônio Brasil, Cárilda Emerim, Ivan Giacomelli, que me auxiliaram em momentos de dúvida. A minhas amigas Malena Wilbert e Miriam Amorim, que contribuíram com diversas sugestões e me ampararam nos momentos mais críticos. A Jéssicah Kindermann e Thainan Giumbelli por me ajudarem a gravar o vídeo-convite. A Júlia Mallmann e Jéssica Cescon Antunes pela maquiagem. A Isadora Vicente e Ana Cristina Machado pelo empréstimo do lapela. Aos colegas Luiz Braun, Tamy Dassoler, Eduardo Frois, Lucas Cardoso, Mariana Rosa, por facilitarem o contato com as mídias. A Daniel Bonfim, Joelson Cardoso e Eduarda Hillebrandt pelas dicas e referências. A Thiago Harry pela programação.

Aos amigos Jennifer Kindermann, Gregório Locks Corrêa, Taíla Soliman, Marcelo Nascente, Anahí Silveira, Lorrán Dolácio, Eliana Corrêa, Alexandra Kern, Guilherme Léo, Alan Mocellim, Alex Pereira, Maurício Campos, Emiliano Sauvisky, Bruno Kröeff, Arthur Cipriani, Carolina Alcoforado, Giovanni Goulart, Eduardo Junior, Guilherme Da Gama, Lamaika Miranda, Gabriel Volinger, Jade Kalfeltz, Rafael Moreira, Matheus Vieira, Gabriel Lourenço, Luna Zunino, Daniela Muller, Samantha Banin, Caio Incrocci, Amanda Brum, Michelle Horn, João Junior, Marco Ruaro, Bibiana Biavatti, Nik Teixeira, Pamela Lopes, Lia de Azevedo, Fernando Bettiol, Henrique Fank, Mariana Eli, Fabrício Finardi, Cintia de Souza, Roberta Helena, Luiza Meira, Adriano Rocha, Taise Boaretto, Letícia Baretta, Dyennifer Vidi, Isabela Figura, Monalisa Cavasin, Silvio Gardini, Levi Garcia, Luiz Fernando Poncio, e a todos os outros que não foram citados, que compartilharam comigo suas histórias e me trouxeram grandes lições.

Por fim, a todas as quarenta e três mídias independentes que confiaram no meu trabalho: A Escotilha, Acurácia, Agência ANotA, Agência Mural, Amazônia Real, Azmina, Barão de Itararé, Brio, Calle 2, Cientista que Virou Mãe, Coletivo

Catarse, Conexão Planeta, Desacato, Énois, Envolverde, Farol Jornalismo, Farol Reportagem, Infoamazonia , Jornalismo B, Jornalistas Livres, Jota, Justificando, Lado M, Livre.Jor, Lupa, Marco Zero Conteúdo, Maruim, Mulheres da Periferia, Nigéria, Nonada, O, Estopim, Opera Mundi, Papo de Homem, Periferia em Movimento, Porvir, Projeto #Colabora, Projeto Draft, Puntero Izquierdo, Revista Berro, Scream and Yell , Terra sem Males, Volt Data Lab, e Vozerio, sem a colaboração de vocês, isto não seria possível.





"Foi assim que o clã, a tribo, os povos souberam - e é assim que amanhã, em nosso mundo dito civilizado, as classes e as nações e também os indivíduos deverão saber - se opor sem se massacrar, dando-se uns aos outros sem se sacrificar. Esse é um dos segredos permanentes de sua sabedoria e de sua solidariedade."

**(Marcel Mauss - Ensaio sobre a Dádiva, 1925)**



## SUMÁRIO

<b>1. RESUMO</b>	<b>13</b>
<b>2. APRESENTAÇÃO DO TEMA</b>	<b>15</b>
<b>3. JUSTIFICATIVA</b>	<b>17</b>
3.1. Justificativa do tema	17
3.2. Justificativa do formato	19
<b>4. PROCESSO DE PRODUÇÃO</b>	<b>23</b>
4.1. Cronograma	23
4.2. Pesquisa	23
4.3. Pré-produção	27
4.4. Apuração	30
4.5. Produção	33
4.6. Publicação	37
<b>5. ORÇAMENTO</b>	<b>38</b>
<b>6. DESAFIOS E APRENDIZADOS</b>	<b>39</b>
<b>7. REFERÊNCIAS</b>	<b>41</b>
<b>8. BIBLIOGRAFIA</b>	<b>42</b>
<b>9. ANEXOS</b>	<b>43</b>



## **RESUMO**

Este trabalho de conclusão de curso consiste em um *site* que mostra como as pessoas podem colaborar com o jornalismo independente, no contexto nacional e atual. Para abordar essa questão, foi enviado um convite aos veículos independentes para participarem do projeto, respondendo dez perguntas em texto, áudio ou vídeo. Esse conteúdo compõe um mapa interativo, onde é possível localizar geograficamente as mídias e ler uma breve descrição sobre cada uma delas. O resultado é uma ferramenta social, que aproxima as pessoas dos jornalistas, facilita a colaboração e estimula o diálogo entre eles.

**Palavras-chave:** Jornalismo Colaborativo; Jornalismo Participativo; Jornalismo Independente; mídias alternativas.



## 2. APRESENTAÇÃO DO TEMA

O avanço das tecnologias de informação e comunicação tem causado espanto, admiração, fascínio, estranheza e até pavor. Muito tem se criticado sobre esses dispositivos e as implicações que trazem para a sociedade e, por conta disso, é necessário planejar seus usos de forma a trazer benefícios para a coletividade. A internet viabiliza uma extensa variedade de recursos informacionais baseados em um sistema em rede, a World Wide Web, um espaço hipermidiático compartilhável que oportuniza a produção e distribuição de informação por qualquer um conectado. O Jornalismo foi um dos campos gravemente atingidos por esse contexto; à maneira Gutemberg, ele demanda grandes investimentos financeiros, devido a impressão e a distribuição; porém, na internet, o jornalismo é barato, rápido e em rede. Com a chegada do *peer-to-peer* e o advento da Web 2.0, o jornalismo tornou-se suscetível a uma diversidade de autores e coautores, muitos deles sem formação profissional, mas com acesso às ferramentas e com interesse em conversar sobre o que acontece no mundo. Empoderado com as TIC's (Tecnologias de Informação e Comunicação), o indivíduo pode intervir no jornalismo por diversos meios, pode prejudicar o acesso ao conteúdo de qualidade, ou colaborar com o desenvolvimento de um ambiente comunicativo mais efetivo, sendo até mesmo capaz de levantar informações que os jornalistas não tiveram acesso.

Na coleção de livros *Conquiste a rede* (2006), Ana Foschini e Roberto Taddei apresentam algumas formas de nomear esse último fenômeno: Jornalismo Colaborativo, Cidadão, Cívico, Participativo, de Raiz, de Código Aberto. Segundo os autores, o Jornalismo Participativo ocorre nas matérias publicadas por veículos de comunicação que incluem a participação dos leitores, como comentários e compartilhamentos. O Colaborativo acontece quando mais de uma pessoa contribuiu para o resultado final do que é publicado, pode ser um texto escrito por mais de uma pessoa ou ainda uma página que traga vídeos, sons e imagens de vários autores. O Jornalismo Cívico é feito pelos veículos de mídia com enfoque nos interesses do cidadão. Já o Jornalismo Cidadão acontece quando as pessoas assumem seu espaço na comunidade ao produzir notícias e comunicá-las em diversos veículos, prática que ultrapassa os limites dos temas sociais e envolve qualquer campo do conhecimento humano. O Jornalismo de Raiz refere-se à participação na produção e publicação de conteúdo pelas camadas periféricas da população, aquelas que geralmente não ganham muito espaço para



falar. O Jornalismo Código Aberto define um estilo de jornalismo feito em sites *wiki*, que permitem a qualquer internauta alterar ou mixar o conteúdo da página. Segundo Foschini e Taddei (2006), essa discriminação por tipos de jornalismo não impede que as categorias se interseccionem.

O enfoque deste trabalho é o Jornalismo Colaborativo, que se diferencia dos outros tipos de jornalismo por fazer uso do material produzido por indivíduos e ao mesmo tempo ter a mediação de um profissional, como a verificação e a edição. O Jornalismo Cidadão, o Jornalismo de Raiz e o Jornalismo de Código Aberto não são necessariamente mediados por profissionais, já o Jornalismo Cívico não tem essencialmente o envolvimento de amadores. O Jornalismo Participativo abarca a interação com o conteúdo já decidido e publicado, diferente do Jornalismo Colaborativo, onde existe envolvimento dos cidadãos no processo de produção, quando estes contribuem na elaboração de pautas, na indicação de fontes, na produção de conteúdo, etc. É preciso salientar que muitas das atividades mapeadas neste trabalho poderiam ser classificadas como Jornalismo Participativo ou Cívico, no entanto, o Jornalismo Colaborativo é aquilo que norteia o caminho.

Este relatório apresenta um site criado colaborativamente, com ajuda de jornalistas e de sujeitos não ligados diretamente a profissão. Os jornalistas dos veículos independentes colaboraram com a produção de conteúdo, um programador desenvolveu a plataforma, fotógrafas auxiliaram na elaboração do vídeo-convite, colegas e amigos participaram com ideias e sugestões, cidadãos participaram de uma enquete. Além do processo de produção, a temática é abraçada no teor do seu conteúdo, pois informa como as pessoas podem colaborar com o jornalismo independente. A metodologia desta obra pode ser classificada como uma prática editorial, pois compreende atividades de natureza comunitária, que estimulam o intercâmbio de informações jornalísticas.

### 3. JUSTIFICATIVA

#### 3.1. Justificativa do tema

A curiosidade sobre como transformar o fazer jornalístico em um processo mais inclusivo, plural, dialógico e democrático, impulsionou o interesse pela pesquisa. A atuação do jornalismo na internet é um fenômeno recente que alterou a maneira como é produzida e distribuída a informação, trazendo grandes consequências políticas, econômicas e sociais. Um sistema como a internet, horizontal, descentralizado, com abundância de informação e compartilhamento de recursos, tem balançado o *status quo* das sociedades hierárquicas, que reforçam a competição sob a égide da escassez.

A indústria jornalística está em crise e as corporações midiáticas estão sendo enxugadas cada vez mais — pelo menos 1800 jornalistas foram demitidos dos grandes veículos de comunicação desde 2012, de acordo com levantamento da Volt Data Lab (2017), agência de jornalismo de dados. Uma das explicações disso, segundo professores do *Tow Center* (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2012), é de que estamos vivendo em um período pós-industrial, que tem interferido na cadeia produtiva do jornalismo, tanto no sistema produtivo quanto no próprio produto. O grupo do *Tow Center* afirma que a integração vertical do sistema industrial, composta pela agregação do conteúdo, impressão e distribuição, simplesmente desapareceu no ambiente digital.

Entretanto, não se trata da previsão do desaparecimento da indústria jornalística, mas do reconhecimento de que ela tem disputado espaço com outras formas de fazer jornalismo. Jenkins (2006) descreve essa dinâmica como colisões entre as velhas e as novas mídias, cruzamentos entre as mídias corporativas e as alternativas, com interações imprevisíveis entre produtor e consumidor. Hoje, o consumidor pode acessar as ferramentas de produção e distribuição de conteúdo e realizar o papel do produtor. A esse indivíduo, que ora atua como consumidor, ora como produtor, é conferido o título de "*prosumer*", por Alvin Toffler (1980).

Atualmente, o clima é de desconfiança à produção de jornalismo realizado por amadores, em grande parte porque a exigência do diploma como requisito para o exercício da profissão foi revogado pelo STF (Supremo Tribunal Federal) em 2009. Ainda que a PEC 386/09 (Proposta de Emenda à Constituição) tente restabelecer a exigência, existe uma grande preocupação dos jornalistas com a precarização da profissão. Rogério Christofolletti (2014) levanta os problemas éticos que surge com a

chegada dos novos atores, já que durante décadas a categoria profissional estabeleceu regras de conduta e de funcionamento para legitimar suas ações, normas que muitas vezes não são respeitadas pelos novos agentes. Segundo Rogério, estamos presenciando um novo ecossistema jornalístico, com diferentes paradigmas, onde é possível encontrar os jornalistas e os cidadãos se relacionando de maneiras diversas.

“O respeito à autonomia e à dignidade de cada um é um imperativo ético e não um favor que podemos ou não conceber aos outros” diz Paulo Freire (1996, p. 66). Ao trazer a fala do educador para o jornalismo, fica evidenciado como o profissional deve sim lutar pelos seus direitos e pela sua dignidade na carreira. Contudo, isso não significa que ele deve monopolizar o discurso, ao contrário, mostra como precisa cultivar um jornalismo que dê autonomia para as pessoas buscarem seu próprio entendimento sobre os acontecimentos. Dessa maneira, um dos papéis do jornalista é facilitar o exercício do cidadão em ser coautor de seu próprio conhecimento.

Nesse contexto, o Jornalismo Colaborativo se destaca como uma opção interessante pelo fato de aliar o trabalho amador e o profissional. A fonte não é usada e descartada de forma passiva, mas entra em cena como um agente transformador capaz de contribuir com a construção do discurso. O cidadão pode trazer relatos, fazer sugestões de pauta, denúncias, capturar fotografias e vídeos, indicar outras fontes, distribuir a informação, promover conversas sobre o assunto. O profissional não vai publicar tudo o que é sugerido, tal como não vai deixar de publicar algo que desagrade alguém, deve continuar atento à relevância, ao interesse público, à ética e à qualidade. Segundo Christofolletti:

Qualquer que seja o conceito que o jornalismo busca para si, nesse auto resgate ou reinvenção, não pode deixar de reforçar sua função social nem se desprender da responsabilidade social que lhe é própria, nem se esquecer da qualidade técnica, ser exercido sem ética ou distanciar-se do interesse público. Se descartar essas bases, perde as raízes que o sustentam. (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 102).

O Jornalista fica responsável, então, por selecionar as informações, checar a precisão do conteúdo, editar o material, apurar mais dados, trazer outras fontes, contextualizar o assunto, atitudes que ajudam a manutenção da ética e da fidedignidade da história. O trabalho não acaba quando a matéria é distribuída, é importante acompanhar a repercussão do acontecimento, trazer mais informações sobre o ocorrido, dialogar sobre as diferentes interpretações do fato. O Jornalismo Colaborativo aproveita

as especificidades de cada um dos atores, do profissional e do cidadão, e os colocam em interação de tal forma em que ambas as partes se desenvolvam de maneira proveitosa, sempre em vista do interesse público.

Muitos grupos midiáticos ao redor do mundo já se atentaram para isso e diversos meios já foram criados com o intuito de incentivar as pessoas a colaborar com o jornalismo; entretanto, a maioria das iniciativas têm se mostrado como ações isoladas entre o grupo midiático e seu público. Neste Trabalho de Conclusão de Curso, foram reunidas diversas mídias independentes brasileiras em uma só plataforma, a fim de trazer um panorama das possibilidades de colaboração no jornalismo, disponibilizando para o cidadão uma ferramenta que o ajudará a identificar qual o veículo mais adequado para a sua proposta. As mídias independentes foram escolhidas para esse trabalho devido a regionalidade que possuem, o modo com que se relacionam com o público e por serem um contraponto à mídia hegemônica. A maioria dos veículos independentes são hiperlocais, que segundo Dellagnelo (2010), produzem notícias sobre sua comunidade a fim de preencher as lacunas deixadas pela grande mídia.

### 3.2. **Justificativa do formato**

Não bastava compreender a colaboração na teoria, foi preciso colocar em prática tudo o que era apreendido, de uma forma que esse conhecimento pudesse ser útil para mais pessoas. Ao unir a ideologia do projeto com a vontade de abraçar o maior número de mídias alternativas, nasceu a ideia da ferramenta colaborativa. Uma apuração tradicional demandaria um recorte regional, visto os custos e o tempo para se locomover até os jornalistas. Todavia, realizar a apuração à distância foi uma solução adequada ao projeto, já que soma empiricamente ao estudo da colaboração. Assim surgiu o *site* colaborativo. Multimídia e interativo, ele pode ser classificado como uma "ferramenta social online", que conforme Shirky (2008), viabiliza a conversa e a ação de grupo. Para criar o *site*, pretendeu-se desenvolver uma versão simples e funcional, com a menor quantidade de esforço possível, conhecido no âmbito das *startups* como MVP (Produto Viável Mínimo). Foi levado em consideração a UX (Experiência do Usuário), área de estudo que busca melhorar desde a sensação do usuário ao navegar, até a praticidade para cumprir seus objetivos. Também é integrado os princípios de Shirky (2008), promessa, ferramenta e barganha, que foram desenvolvidos pensando no êxito das ferramentas sociais.

De acordo com a equipe florianopolitana de design, Catarinas (2015), existem três pontos principais da UX: utilidade, usabilidade e desejabilidade. A utilidade na base da pirâmide estabelece que o produto precisa servir para alguma coisa, trazer a solução para algum problema. Posto isso, aponta-se que o propósito do site é facilitar a colaboração jornalística e permitir que os cidadãos identifiquem as mídias que estão dispostas a isso, o que resolve o problema do desconhecimento de quem faz e de como isso pode ser realizado. No meio da pirâmide, a usabilidade se preocupa com a facilidade para utilizar o *site*. Em decorrência disso, a ferramenta foi desenvolvida com uma aparência simples e intuitiva, estruturado sobre um mapa, visto a relevância que a localização da mídia tem para a escolha do usuário. O menu à direita explica como é possível usar a ferramenta e o menu à esquerda, com o buscador, os filtros e a listagem, facilitam a pesquisa. A desejabilidade se concretiza depois de passar pelos outros dois pontos da pirâmide, ela é conquistada quando as soluções são acertadas, o layout é agradável, a plataforma é fácil de usar e a ferramenta cumpre o papel que se propõe a fazer. (CATARINAS, 2015)

Para que as ferramentas sociais tenham sucesso, Shirky (2008) argumenta que é preciso integrar uma promessa plausível, uma ferramenta eficaz e uma barganha aceitável. A promessa é o mais importante de todos, pois convence o usuário a testar a ferramenta, oferecendo uma atividade que exija uma relação benefício/tempo mais vantajosa do que a atividade que o usuário já estava inserido. Para obter uma promessa efetiva, Shirky (2008) indica que é preciso criar valor pessoal à ferramenta, facilitar a inserção do novo integrante ao grupo e subdividir a comunidade. O segundo argumento de Shirky (2008) diz que é preciso criar uma ferramenta eficaz para aquilo que se destina, além de ser algo que o usuário realmente queira usar, o que poderia ser comparado a usabilidade e desejabilidade citadas pelo grupo Catarinas (2015). O último argumento e o mais complexo, a barganha, explora a necessidade dos participantes assegurarem, por si próprios, a manutenção da precisão e da neutralidade da ferramenta.

Sob a premissa do benefício/tempo, o mapa com geolocalização acelera o processo do usuário reconhecer onde está localizado e as mídias que estão próximas da sua casa. A multimídia foi outro quesito determinado pela velocidade, pois explora os formatos textuais e audiovisuais conforme sua eficiência. A foto logo na entrada faz com que os cidadãos conheçam os jornalistas que estão por trás da mídia.

A descrição em texto mostra-se apropriada para apresentar de forma breve o grupo. Os ícones com os endereços virtuais facilitam a identificação de qual plataforma o *link* direciona. As *tags* permitem que o usuário saiba rapidamente qual tipo de formato o grupo jornalístico aceita, uma maneira de filtrar os grupos e acessar informações-chaves sem precisar se aprofundar no conteúdo. As 10 perguntas sobre como colaborar foram respondidas em texto, áudio ou vídeo, decorrência da escolha feita por cada mídia. O uso de vídeos nas respostas permite que diferentes informações visuais sejam assimiladas, como a expressão dos jornalistas. Os áudios podem ser escutados enquanto o internauta realiza outra atividade, o que gera uma boa relação benefício/tempo. O texto traz o benefício de ser o formato mais rápido de obter informação.

Para dar mais autonomia aos participantes, foi firmado o uso da plataforma em código aberto, o que permite que as mídias e os *prosumers* (produtores e consumidores) adicionem e mantenham o conteúdo por conta própria, mesmo após a finalização do TCC, o que traz o argumento da barganha de Shirky (2008). A interação entre os usuários se dá via Facebook, onde foi criado um grupo chamado de Colaboradores do Jornalismo Independente<sup>15</sup>. O grupo foi criado nessa rede social para facilitar a inserção de novos integrantes ao grupo, um dos princípios de Shirky (2008), considerando que o Facebook conta com 1 bilhão de usuários ativos. O grupo tem certa independência, nele as pessoas podem compartilhar e discutir sobre o que quiserem dentro do jornalismo, no entanto, algumas regras foram delimitadas para que não perca sua funcionalidade.

Para o bom funcionamento do grupo Colaboradores do Jornalismo Independente, os perfis precisam ter um mínimo de informação (nome, foto, cidade, etc) e, caso alguém queira realizar alguma denúncia anônima, a pessoa deve utilizar um formulário, para que seu relato seja analisado e, se adequado, repassado ao grupo. O membro deve checar se alguém já não publicou o conteúdo e deve citar a fonte e o crédito de quem o criou. Aconselha-se o uso de *hashtags* relevantes, como #Pauta, #Notícia, #Jornalismo, #Fake, assim como a escrita do por que de estar publicando aquilo. Deve-se evitar comentar algo fora do assunto, ou que já foi escrito anteriormente, não compartilhar publicidade ou qualquer outra coisa que não tenha a ver com jornalismo. Por fim, é incentivado o envio de sugestões para que o grupo se

---

<sup>15</sup> <https://www.facebook.com/groups/141980336370318/>

torne um ambiente sempre melhor, com bom senso, tolerância e respeito.

Os valores pessoais, que segundo Shirky (2008) são necessários para o sucesso da ferramenta, podem ser definidos a partir do estudo de Dellagnelo (2010). Em seu trabalho, Dellagnelo aborda as motivações que as pessoas têm para participar de uma comunidade, estímulos que se ajustam de maneira pertinente com os valores pessoais criados pela ferramenta. Um deles é a conquista de status ou a construção de reputação, que pode estar tanto ligado ao ego, ao ganhar reconhecimento por parte da sociedade, como pela esperança de ser recompensado. Algumas mídias independentes que participam da ferramenta oferecem retribuições monetárias para a colaboração, como valores em dinheiro, pagam bolsas ou financiam projetos. Outro valor pessoal que a ferramenta traz é o poder de criar conexões dentro e fora do mundo virtual, considerando que estar inserido em um grupo virtual facilita a socialização com essas pessoas no mundo real. O outro é o entendimento, que acontece em função da superabundância de informação ou da deficiência na cobertura da grande mídia, que faz com que os usuários recorram uns aos outros para comentar, recomendar ou relatar, a fim de compreender melhor um assunto. Por último, colaborar com a criação de conteúdo está ligado ao aperfeiçoamento de uma habilidade e a auto-realização.

## 4. PROCESSO DE PRODUÇÃO

O projeto foi realizado no segundo semestre de 2016 e o produto, no primeiro semestre de 2017. O trabalho final foi apresentado dia 29 de junho de 2017.

### 4.1. Cronograma

	Março	Abril	Maiο	Junho
Pesquisa	x	dia 15		
Pré-produção	x	dia 15		
Apuração		dia 15	dia 15	
Produção			dia 15	dia 25
Relatório	x	x	x	dia 26
Banca				dia 29

### 4.2. Pesquisa

As pesquisas iniciaram em 2015, durante a disciplina Teoria e Métodos de Pesquisa em Comunicação I, ministrada pela professora Dr<sup>a</sup> Cárilda Emerim no curso de Jornalismo da UFSC. Como trabalho final da matéria, realizei o pré-projeto de pesquisa chamado "O diálogo brasileiro no jornalismo cidadão online". Para este relatório, é relevante retomar a pesquisa dos softwares e dos sites cooperativos, já que o estudo da colaboração via internet engloba as ferramentas associadas a ele.

#### 4.2.1. *Software e sites colaborativos*

Os fundamentos da colaboração na rede surgiram com o desenvolvimento de groupwares, softwares que facilitam o trabalho em grupo. Existe uma área de pesquisa chamada CSCW<sup>16</sup> que foi a principal responsável por aplicar conceitos de

---

<sup>16</sup> Trabalho Cooperativo Suportado por Computador.



ciência da informação para desenvolver sistemas cooperativos. Tais sistemas contribuem com atividades realizadas coletivamente, dentre os exemplos mais conhecidos estão os *emails*, fóruns, blogs, flogs, podcast, wikis, redes sociais, comunidades, que também são descritos por Foschini e Taddei (2006). Esses ambientes de interação são atributos do que se chama de Web 2.0, definição cunhada por Tim O'Reilly (2007), que explica ser um ecossistema composto por sistemas que aproveitem a inteligência coletiva, para melhorar quanto mais usados.

Os conceitos de interação e de participação começam a ser adaptados pelos sites de jornalismo, que buscam a oportunidade de novos mercados. A colaboração online no jornalismo apareceu inicialmente na Ásia e nos Estados Unidos da América no final dos 90, conforme Madureira (2010). Um dos primeiros foi o site Centro de Mídia Independente, desenvolvido por jornalistas e ativistas a fim de efetuar uma cobertura alternativa do fórum da Organização Mundial do Comércio de 1999 em Seattle. A rede possui versões em vários países e, de acordo com o CMI Brasil<sup>17</sup>, para contribuir é possível fazer reportagens investigativas, cobertura de eventos, participar dos coletivos editoriais, fazer traduções, oferecer auxílio técnico na manutenção do *site*, se envolver com quaisquer dos projetos existentes ou ainda criar novos. Um exemplo de site que ficou famoso foi o site sul-coreano *OhMyNews*<sup>18</sup>, que nasceu por causa das eleições presidenciais coreanas em 2002 e alcançou em 2009 a colaboração de cerca de 70 mil pessoas. É um *site* no estilo *open source* que permite a publicação e edição de textos. A colaboração requer o preenchimento de um cadastro detalhado, com dados da identidade, carteira de motorista e passaporte. Outro exemplo é o coletivo virtual Overmundo<sup>19</sup>, um veículo feito pela sua própria comunidade, que publica sobre a produção cultural brasileira. Ele utiliza a licença *Creative Commons* a fim de permitir o compartilhamento do conteúdo para fins não comerciais. O veículo CNN também tem um espaço destinado a colaboração, ele possui uma seção no seu site chamado *iReport*<sup>20</sup>, que exibe apenas conteúdo produzido por cidadãos, basta utilizar a *hashtag* "#CNNiReport" quando publicar no Twitter, Instagram ou Facebook, que o material vai ser analisado por um editor, que pode entrar em contato

---

<sup>17</sup> <https://midia independente.org/>

<sup>18</sup> <http://www.ohmynews.com/>

<sup>19</sup> <http://www.overmundo.com.br/>

<sup>20</sup> <http://edition.cnn.com/specials/opinions/cnnireport>

com o cidadão. Também é relevante citar o VC no Fantástico<sup>21</sup>, onde internautas ocupam um espaço nobre e caro da televisão aberta, com imagens e vídeos que muitas vezes não são jornalísticos. Para Felipe Pena (2005, apud MADUREIRA, 2010), sites colaborativos só podem ser avaliados como jornalísticos ao reunirem informações de diferentes fonte, de preferência fontes primárias, que possuam experiência direta com o fato.

#### 4.2.2. *Mídias independentes brasileiras*

Como base de dados, foi utilizado como referência as 79 mídias independentes abordadas pela agência Pública<sup>22</sup> em sua matéria lançada em 2016. As mídias independente apresentadas são: Envolverde, Revista Capitolina, Coletivo Nigéria, Azmina, Volt Data Lab, Revista Berro, Vozerio, Cidades para Pessoas, #Colabora, Barão de Itararé, Calle2, Lado M, Marco Zero, Conteúdo, Desacato, Livre.Jor, Projeto Draft, Lupa, Scream and Yell, Jornalistas Livres, Passapalavra, Periferia em Movimento, Trombone, Ponte, Vaidapé, Noo, Overloadr, Terra sem Males, Cientista que virou mãe, Aos Fatos, Papo de Homem, Farol Jornalismo, Justificando, Repórter de Rua, Brio, Porvir, Jornalismo B, Oppina, Risca Faca, Congresso em Foco, Agência Mural, Conexão Planeta, InfoAmazônia, Nexo, Fluxo, Amazônia Real, Democratize, Outras Palavras, Candeia, Maruim, Agência Anota, Estopim, Poleiro, Nós - Mulheres de Periferia, Acurácia, Mídia Ninja, Desneuralizador, O Eco, Jota, A Escotilha, Repórter Brasil, Rio na Rua, Viomundo, Move that Jokebox, Outra Cidade, Ecodesenvolvimento, Coletivo, Catarse, Nonada, Puntero Izquierdo, Think Olga, Énois - Inteligência Jovem, Alma Preta, Papo Reto, Projeto Andarilha, Opera Mundi, Portal de Notícias Catarinas, ANF - Agência de Notícias das Favelas, Outros400, Farol Reportagem, Gênero e Número - Narrativas pela Equidade. É possível ler mais sobre elas no anexo ao fim deste relatório.

#### 4.2.3. *Referências de mapas*

Uma pesquisa foi realizada a fim de buscar referências de mapas para ajudar com o desenvolvimento do layout da plataforma. O Mapa da Comunicação

---

<sup>21</sup> <http://g1.globo.com/fantastico/colaborativo-vcnofantastico.html>

<sup>22</sup> <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>

Comunitária<sup>23</sup> criado pelo Volt Data Lab é uma ótima referência, pois se assemelha aos propósitos deste trabalho, sendo uma plataforma colaborativa que traz informações sobre grupos que realizam comunicação comunitária no Brasil. O mapa gastronômico Prazo Firmeza<sup>24</sup> construído por jovens formados pela Escola de Jornalismo da Énois é notável por utilizar texto, fotos e áudios para mostrar os melhores lugares para comer na periferia paulistana. O Observatório de Favelas do Rio de Janeiro construiu o mapa Guia Cultural de Favelas<sup>25</sup>, que mostra pontos culturais em seis comunidades do Rio. Já no Distrito Federal, um grupo de jovens criou um mapa para mostrar as linhas de ônibus da região, o Mapeia DF<sup>26</sup>, que já conta com mais de 5 mil usuários. Outro exemplo interessante para citar é o *Map of freelance journalists*<sup>27</sup>, um mapa onde os jornalistas ao redor do mundo podem se cadastrar e disponibilizar seu currículo e seu endereço para contato, a fim de receberem propostas de trabalho freelancer. Outro mapa relevante é o do *Journalism Grants*<sup>28</sup> que exibe mais de 100 projetos jornalísticos financiados pela instituição ao redor do mundo, apresentando diversas informações sobre os projetos. *Foundation Maps*<sup>29</sup> é um mapa sobre financiamento, mas em um âmbito que ultrapassa o jornalismo, ele permite o cruzamento de dados de mais de 6 milhões de subsídios, realizados por mais de 75 mil fundações, a quase 500 mil beneficiários. O mapa chamado Classificação Mundial da Liberdade de Imprensa 2016<sup>30</sup>, realizado pelo Repórteres sem Fronteiras, faz o ranqueamento do avanço ou do retrocesso da liberdade de imprensa em diversos países desde 2002. Além de descrever o contexto atual dos países, a plataforma também mostra o número de jornalistas, de "net-cidadãos" e de colaboradores que foram presos ou assassinados. O mapa *Projektkartan*<sup>31</sup> refere-se ao projeto de uma igreja sueca, que realiza ações voltadas à comunidade e foi selecionado como referência por ter o layout interessante. Ele conta com uma barra lateral à direita, que oferece informações em texto, fotos e vídeos, um

---

<sup>23</sup> <http://mapa.datalabe.org/>

<sup>24</sup> <http://escoladejornalismo.org/pratofirmeza/>

<sup>25</sup> <http://guiaculturaldefavelas.org.br/>

<sup>26</sup> <http://www.mapeiadf.com.br/>

<sup>27</sup> <http://www.journalism.co.uk/freelance-journalists-map.php>

<sup>28</sup> <http://journalismgrants.org/projects/map>

<sup>29</sup> <https://maps.foundationcenter.org/home.php>

<sup>30</sup> <https://rsf.org/pt/classificacao>

<sup>31</sup> <http://projektkartan.svenskakyrkan.se/#/karta>

menu de pesquisa, além de um filtro para navegação. O mapa Chega de Fiu Fiu<sup>32</sup> criado pelo grupo Think Olga também possui um layout que merece destaque, as abas de informação à direita são um recurso prático para inserir conteúdo e a barra de pesquisa traz uma ótima função na página inicial. Por fim, é importante citar o Mapas Coletivos<sup>33</sup>, uma ferramenta que permite que qualquer pessoa crie seu próprio mapa colaborativo.

### **4.3. Pré-produção**

Os primeiros contatos com as mídias independentes aconteceram em novembro de 2016 durante a Semana do Jornalismo da UFSC, onde foi conversado com 5 representantes de mídias independentes sobre a ideia do projeto. Esse diálogo prévio foi importante para alertar sobre a possível dificuldade das mídias identificarem-se com o termo "Jornalismo Colaborativo". Também foi interessante perceber que era preciso apresentar o plano de uma forma mais clara e concisa, já que os integrantes das mídias aparentavam ter dificuldades em compreender a proposta. A partir dessa conversa, foi elaborado uma estratégia para abordar as mídias e um roteiro de perguntas.

#### *4.3.1. Perguntas*

O roteiro de perguntas foi criado com base na pesquisa bibliográfica, na observação de veículos que realizam esse tipo de atividade, assim como nas conversas realizadas com jornalistas, colegas e amigos. Além disso, foi criada uma enquete através da rede social Facebook, que teve curtidas e compartilhamentos, mas resultou em apenas uma colaboração de fato, onde a pessoa levantou duas questões: “Quais os critérios que eles utilizam pra saber se uma denúncia ou algo do tipo é verdadeira ou não?” e “Se tem muita gente que manda coisas falsas pra eles”.

##### **4.3.1.1. Roteiro de perguntas para as mídias**

1. De quais formas é possível colaborar com vocês? (Indicação de pauta, fonte, avisar de algum engano cometido pela mídia, realizar denúncia)

---

<sup>32</sup> <http://chegadefiufiu.com.br/>

<sup>33</sup> <http://www.mapascoletivos.com.br/>

2. Vocês tem interesse em receber conteúdo? De que tipo? (Texto, foto, vídeo)
3. Quais são os critérios para que o material seja aceito?
4. O conteúdo precisa ser exclusivo para que a mídia realize a publicação?
5. A mídia realiza algum tipo de mediação, como verificação, edição, usa do relato para compor uma matéria maior?
6. É dado o crédito para o colaborador, ele entra como fonte ou o crédito é da mídia?
7. Existe algum tipo de retribuição pelo serviço prestado pelo colaborador?
8. Existe algum espaço dedicado a instruir ou a facilitar a colaboração?
9. Por que as pessoas deveriam colaborar com o jornalismo?
10. Como posso contatar a mídia para realizar essas colaborações?

#### 4.3.2. *Abordagem*

Foram desenvolvidos textos padrões para enviar para as mídias, a fim de facilitar o processo, certificar-se da angulação correta e do repasse das informações imprescindíveis. Também foi produzido um vídeo para explicar melhor o projeto, sanar possíveis dúvidas e incentivar a produção audiovisual dos participantes. Todas as informações que as mídias independentes precisavam saber, o resumo do projeto, as 10 perguntas, o prazo de envio e o vídeo-convite, foram disponibilizadas através da seção "Projeto" do meu site pessoal<sup>34</sup>. Hospedar as informações no site pessoal foi uma estratégia para que as mídias pudessem conferir, caso vissem necessidade, meu histórico, currículo e portfólio.

##### 4.3.2.1. Vídeo-convite

A linguagem do vídeo-convite foi decidida ao considerar os propósitos do projeto, os takes gravados na rua e em movimento, remontam a realidade do cidadão que usa dispositivos móveis para flagrar o que acontece na sua comunidade. Além disso, condizem com a proposta da ferramenta em formato de mapa, reafirmando a localidade do que é registrado. A *selfie* (auto gravação) foi optada por corresponder com a cultura da geração Y, público alvo do projeto, como também por ser uma linguagem cujo olhar se dirige diretamente à câmera, já que a conversa não acontece

---

<sup>34</sup> <http://noradaiane.wixsite.com/portfolio/projeto>

com ninguém presente no local, e sim com as mídias que assistiram o vídeo. O vídeo produzido foi publicado no Youtube<sup>35</sup>, dentro do meu canal pessoal, com o objetivo das mídias conhecerem meus trabalhos. Foi adicionado no final do vídeo um *email* e um telefone para contato, além de um *spotlight* (mecanismo que destaca informação) com o link<sup>36</sup> que redireciona para a seção “Projeto” do meu site pessoal.

#### 2.1.1.1.1. Roteiro de perguntas para vídeo-convite

1. Sobre o que é esse vídeo?
2. Sobre o que é esse projeto?
3. O que é preciso fazer?
4. Qual o prazo de envio?
5. Quando vai ser publicado?
6. Por que é importante participar?

#### 4.3.2.2. Mensagens padrão

As mensagens padrões foram usadas como base, sendo modificadas ao passo que mais pessoas foram sendo contatadas.

##### 4.3.2.2.1. Envio padrão via *email*

Eu quero convidar (*nome da mídia*) a participar da ferramenta social que estou construindo para meu TCC na UFSC. É uma uma ferramenta em forma de mapa que procura facilitar a colaboração das pessoas com as mídias independentes. Nesse endereço eu explico melhor do que se trata:

<http://noradaiane.wixsite.com/portfolio/projeto>.

Eu preciso que vocês respondam as 10 perguntas que estão no link, em áudio, texto ou vídeo, como preferirem. O Prazo vai até dia 30 de Abril. Espero que participem, esse projeto é muito importante para mim e para minha formação, e acredito que vai acrescentar ao jornalismo independente! Obrigada, Daiane Nora.

---

<sup>35</sup> <https://youtu.be/naNNZswqng0>

<sup>36</sup> <http://noradaiane.wixsite.com/portfolio/projeto>

#### 4.3.2.2.2. Envio padrão via Facebook

Oi! Eu quero convidá-los a participar da ferramenta social que estou construindo para meu TCC, eu gravei esse vídeo pra explicar do que se trata. Por favor, respondam essa mensagem, pois o trabalho é muito importante para mim e para minha formação! Obrigada! <https://youtu.be/naNNZswqng0>

#### 4.4. Apuração

Como a lista da Agência Pública não trazia *emails* ou telefones, foi necessário apurar essas informações sobre cada umas das 79 mídias listadas. Encontrei dificuldades para contatar as mídias, foi preciso buscar em diversos locais, sites, redes sociais como Facebook, Twitter, Instagram, Medium, Youtube, através de buscadores como o Google, pelo site Fone Empresas<sup>37</sup>, entre outros.

##### 4.4.1. Apuração via email

Seis mídias não forneciam *email*, nem no *site*, nem no Facebook: Marco Zero, Fluxo, Poleiro, Outra Cidade, Punteiro Izquierdo, Nós Mulheres. O *email* do Punteiro Izquierdo foi encontrado em busca realizada pelo Google e o *email* do Nós Mulheres foi obtido nos comentários do *site*. Os *emails* enviados ao Vozerio voltavam por causa da caixa de entrada cheia. Foram enviados *emails* para 77 veículos, alguns deles para mais de um endereço, 49 veículos responderam.

##### 4.4.2. Apuração via Facebook

Doze mídias não disponibilizavam botão para envio de mensagem no Facebook: Azmina, Lupa, Noo, Agência Mural, Info Amazônia, Candeia, Estopim, Nós, Mulheres da Periferia, Acurácia, Desneuralizador, O Eco. Foi encaminhado pelo Facebook, então, uma mensagem para 69 mídias independentes. Cinco mídias tinham mensagem de resposta automática e outras 16 me responderam manualmente: Envolverde, Nigéria, Revista Berro, Vozerio, Cidade para Pessoas, Projeto #Colabora, Barão de Itararé, Marco

---

<sup>37</sup> <http://foneempresas.com>

Zero, Scream and Yell, Overloadr, Justificando, Conexão Planeta, Agência ANotA, O Estopim, A Escotilha, Énois.

#### 4.4.3. *Apuração via telefone*

Uma semana depois do primeiro comunicado, as mídias que não responderam foram contatadas por telefone. Apenas 23 disponibilizavam telefone para contato em seus endereços virtuais: Envolverde, Coletivo Nigéria, Barão de Itararé, Scream and Yell, Periferia em Movimento, Ponte, Terra sem Males, Justificando, Repórter de Rua, BRIO, Congresso em Foco, Outras Palavras, Acurácia, O Eco, Repórter Brasil, Outra Cidade, Ecodesenvolvimento, Coletivo Catarse, Énois, Alma Preta, Opera Mundi, Portal de Notícias Catarinas, Outros400. Foi utilizado o site Fone Empresas<sup>38</sup> para encontrar os telefones de 14 das mídias: AzMina, Revista Berro, Lado M, Marco Zero, Overloadr, Cientista que Virou Mãe, Aos Fatos, Papo de Homem, Nexo, Amazônia Real, Jota, A Escotilha, Noo, ANF. Foi telefonado para 13 mídias, disseram que iam participar: Draft, Lupa, Jornalistas Livres, Cientista que virou mãe, Aos fatos e Brio. A mídia Noo ficou de repassar a informação ao responsável; Repórter de Rua disse que ia olhar o *email*; Porvir e Repórter Brasil repassaram outro *email* para contato. Não atenderam as mídias: Overloadr, Terra sem Males e Congresso em Foco.

#### 4.4.4. *Apuração via Whatsapp*

Foi enviado um Whatsapp para quatro mídias. A Azmina e Periferia em Movimento enviaram conteúdo pelo aplicativo mesmo, a primeira em áudio, a segunda em texto. O contato com o Jornalistas Livres pelo Whatsapp foi conseguido através de um jornalista de outra mídia independente, e foi utilizado para conversar sobre as respostas que seriam enviadas por *email*. Cientista que Virou Mãe não respondeu.

---

<sup>38</sup> <http://www.foneempresas.com/>



#### 4.4.5. *Apuração via perfil do Facebook*

Como penúltimo recurso, foi enviada mensagem para o perfil pessoal do Facebook dos jornalistas que trabalhavam para aquele veículo. Cinco perfis foram encontrados por indicação de amigos, os outros através de pesquisa nos endereços virtuais e menções de crédito nas publicações. Foram enviadas mensagens para jornalistas de 20 veículos: Azmina, Calle2, Livre.Jor, Jornalistas Livres, Ponte, Overloadr, Terra sem Males, Farol Jornalismo, Jornalismo B, Oppina, Infoamazonia, Democratize, Candeia, Poleiro, Viomundo, Move that Jukebox, Nonada, Puntero Izquierdo, Farol Reportagem, Fluxo, Outras Palavras.

#### 4.4.6. *Apuração via comentário no Facebook*

O último recurso foi enviar um comentário na publicação mais recente do veículo, com uma marcação em seu nome, avisando que eu estava tentando entrar em contato, para convidá-los a participar de um projeto. Foi comentado na publicação do Passa Palavra, Trombone, Think Olga e Alma Preta. Passa Palavra, Alma Preta responderam e forneceram um endereço de *email*.

#### 4.4.7. *Resultado da Apuração*

De 79 mídias, foi entrado em contato com 70. Não foi conseguido nenhum *feedback* dos veículos Risca Faca, Fluxo, O Eco, Repórter Brasil, Rio na Rua, Outra Cidade, Ecodesenvolvimento, Alma Preta, Outros 400. Dessas 70, 36 não participaram da ferramenta. O Cidades para Pessoas está passando por um momento de fechamento e reestruturação, por isso estão desativados. O Trombone produziu conteúdo por seis meses e agora é um repositório, cada um dos integrantes seguem seus projetos pessoais, mas ainda possuem vontade de reativar o veículo. Nexo justificou a não participação pelo fato de ter uma equipe pequena e nova, mas espera outra oportunidade para marcar algo no futuro. O Democratize estava prestes a parar de funcionar, não conseguiu financiamento e os membros com trabalhos remunerados estavam sem tempo para se dedicar ao veículo. O Poleiro estava com dificuldades de conciliar os seus trabalhos com as contribuições de fora, que, segundo um dos membros, é um trabalho legal de fazer, mas demanda um tempo que agora eles não tem. O Move that Jukebox, composto por

apenas uma pessoa, relata que já não tem energias para atualizar o *site* e responder emails, sem financiamento e nem muitos fãs, o responsável está repensando o veículo. O grupo Papo Reto conta que, em meio a gravidade dos últimos tempos no Complexo do Alemão, não consegue dar conta dessa demanda. O grupo Ponte preferiu não mandar nenhuma contribuição porque não viu com clareza como o projeto podia ser útil para eles, disseram que dependia de quem faria parte e das conversas que teriam com os parceiros. O Projeto Andarilha e a Revista Capitolina acreditam não se enquadrar na ferramenta, pois não são realizados por jornalistas. Os veículos Vai da pé, Aos Fatos, Repórter de Rua, Congresso em Foco, Outras Palavras, Candeia e Mídia Ninja, disseram que iam responder mas não o fizeram. Pararam de responder os veículos Passa Palavra, Overloadr, Oppina, Viomundo, Portal de Notícias Catarinas, ANF, Noo. O veículo Gênero e Número respondeu depois do prazo. No total, 43 mídias participaram da ferramenta.

#### 4.5. Produção

##### 4.5.1. A ferramenta

A elaboração da ferramenta foi realizada com ajuda de um programador, encontrado através do Banco de Tempo<sup>39</sup>, uma rede organizada no Facebook que troca serviços usando o tempo como moeda. Foi entregue ao programador um layout, que desenvolveu a plataforma em Java.

##### 4.5.1.1. Layout



---

<sup>39</sup> <https://www.facebook.com/bancodetempofloripa/>

Para iniciar o desenho da plataforma, foi criada uma paleta de cores através do Adobe Kuler<sup>40</sup>. Uma imagem do mapa que seria utilizado foi importada para o programa, que selecionou pontos da imagem e, a partir disso, forneceu opções de cores análogas, complementares, compostas, monocromáticas, tríades e sombras. Selecionei as 15 cores que mais me agradaram. Todos os elementos do *site*, ícones, menus, títulos, textos, *tags*, logo, foram criados a partir destas cores.

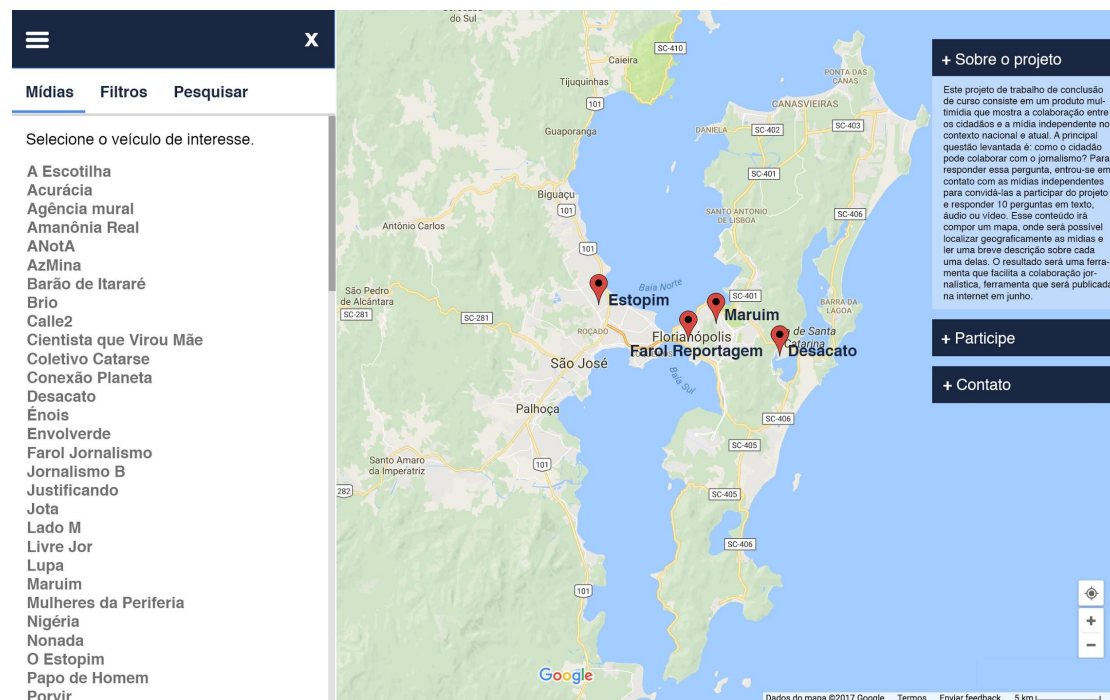
# O MAPA COLABORATIVO DO JORNALISMO INDEPENDENTE

A logo e o título foram pensados de modo que exprimissem, mesmo fora de contexto, a proposta do *site*. O objetivo é evidenciar que se trata de um mapa, construído colaborativamente, que traz informações sobre o jornalismo independente.

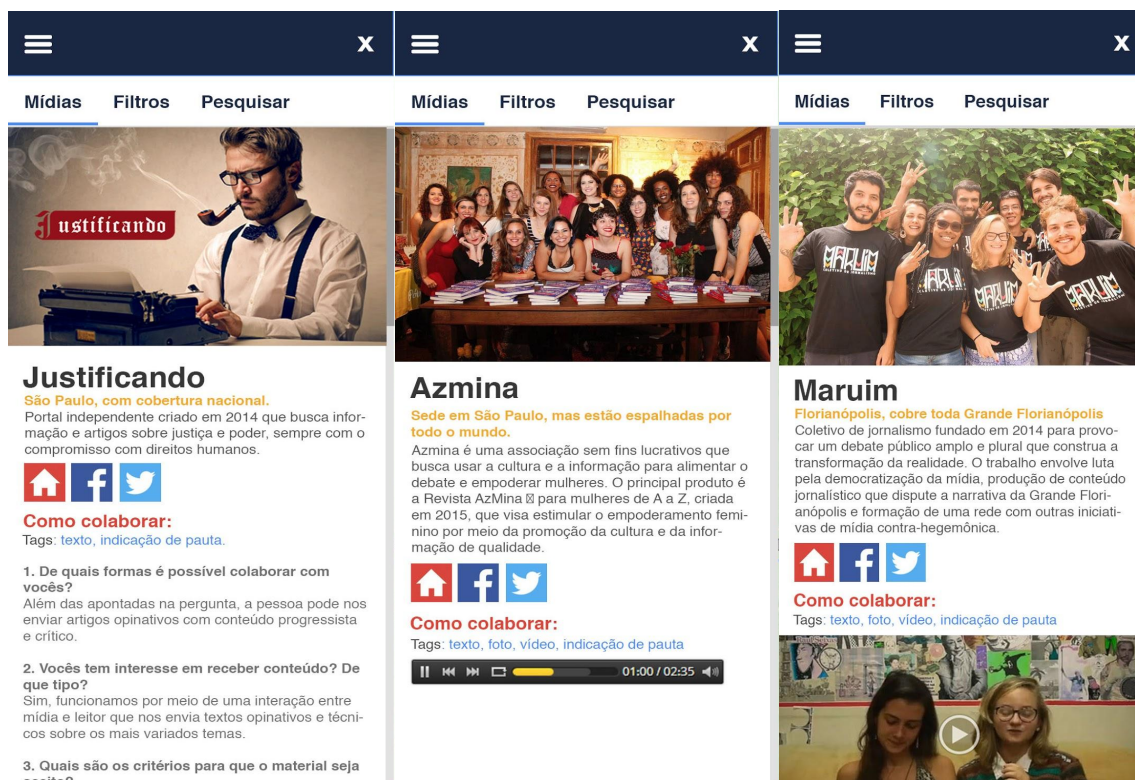


<sup>40</sup> <https://color.adobe.com/pt/>

A página inicial do *site* foi desenhada para permitir que o usuário visualize todos os grupos jornalísticos que participam da ferramenta, assim como localizar rapidamente a região onde está. O menu à direita, composto por três tarjas laterais, dão acesso rápido a instruções básicas sobre o funcionamento do *site*, ao mesmo tempo que mantém a página inicial minimalista, evitando o uso de janelas chamativas como as pop-ups. O menu à esquerda dá acesso a três seções: Mídias, Filtros e Pesquisar.



Na seção Mídias estão listados todos os veículos que participam da ferramenta. Ao selecionar um dos nomes, o ícone de localização do mapa mostra a região que está inserida e a janela da esquerda passa a fornecer o conteúdo sobre o grupo. Na seção filtros encontramos *tags* que servem para filtrar os grupos pelo formato de conteúdo que aceitam; ao marcar na caixa que corresponde o formato de interesse, é exibida uma lista de nomes de veículos que correspondem as *tags* selecionadas, assim como são ocultados os ícones de localização dos veículos que não aceitam o formato. Na seção Pesquisar, existe um buscador para localizar a mídia pelo nome, precisando apenas de algumas letras para ser encontrada. De forma geral, é possível acessar o conteúdo dos grupos a partir da listagem, do filtro, do buscador ou do mapa.

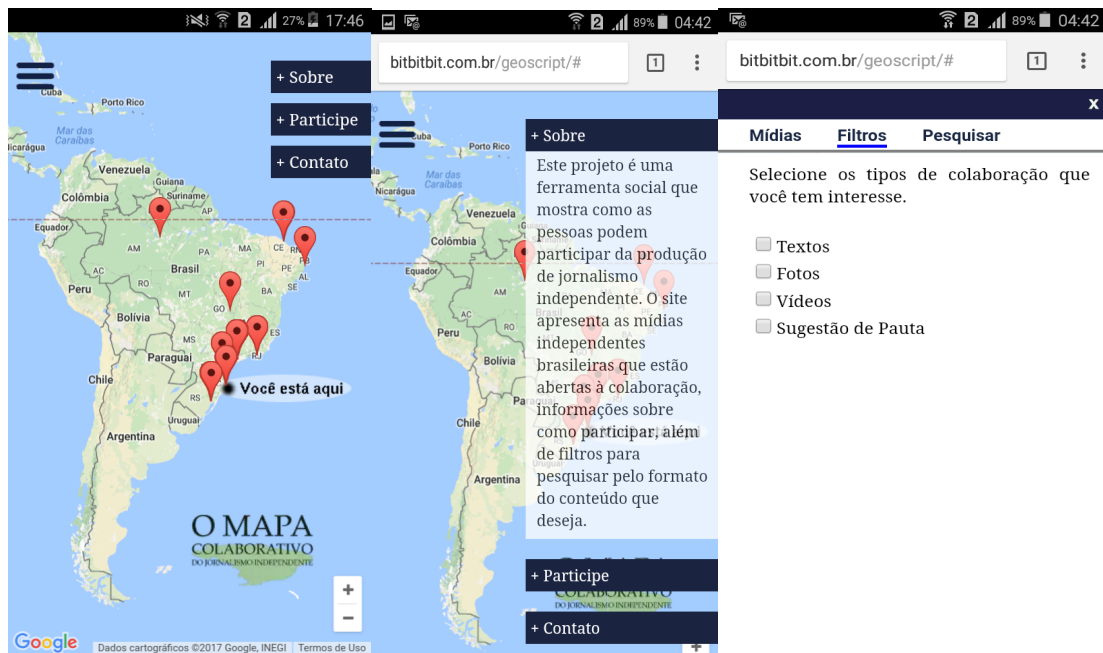


No conteúdo de cada mídia, encontramos uma foto do grupo ou uma imagem divulgação, o local de atuação, uma breve descrição sobre ela, botões que direcionam aos endereços virtuais, informações sobre como colaborar e as *tags* com os formatos aceitos. As fotos e as ilustrações servem para mostrar um pouco do perfil dos grupos; a descrição ajuda o usuário a compreender rapidamente os objetivos e a linha editorial do veículo; os botões com os endereços virtuais deixam a janela mais limpa e facilitam a identificação de qual plataforma o *link* vai direcionar. Mais abaixo, podem ser encontradas as informações sobre como é possível colaborar com a mídia, conteúdo exibido em texto, foto ou vídeo, e as *tags* que demarcam os formatos que as mídias aceitam. Todos os conteúdos passaram por uma edição.

#### 4.5.1.2. Versão Mobile

Para ser acessado no celular, o *site* sofreu algumas modificações. O menu à direita teve que aumentar de tamanho mas reduzir em comprimento, ao mesmo tempo que precisava exibir todo o texto interno com visibilidade. A solução foi alterar a descrição da primeira seção de "Sobre o Projeto" para apenas "Sobre", fazer com que ele expandisse ao ser clicado e alinhar o texto interno à esquerda. O menu à esquerda

também foi aumentado, ao ser selecionado passou a ocupar a tela toda. O mapa precisou ser redimensionado e a logo foi reposicionada no canto inferior direito.



#### 4.6. Publicação

O *site* vai ser registrado com o domínio disponível "mapacolaborativo.com" e hospedado em um servidor. O *site*<sup>41</sup> aguarda a avaliação da banca para ser lançado, o que será feito pela rede social Facebook, em uma terça-feira às 11h30 no mês de julho. Foi escolhido esse dia da semana, pois, segundo estatísticas do Sprinkler<sup>42</sup> (2016), é o momento que a rede social possui mais tráfego. Foi criada a página "Jornalismo Colaborativo Independente"<sup>43</sup> para servir como centro de distribuição e de onde as mídias independentes foram convidadas a compartilhar a publicação. A publicação conterá uma breve descrição do *site*, a marcação de todas as mídias independentes que participaram, o convite para as mídias que não foram englobadas no projeto e o pedido para os internautas entrarem no grupo do Facebook "Colaboradores do Jornalismo Independente"<sup>44</sup>.

<sup>41</sup> <http://bitbitbit.com.br/geoscript/#>

<sup>42</sup> <https://www.sprinklr.com/pt-br/horarios-nobres-redes-sociais/>

<sup>43</sup> <https://www.facebook.com/Jornalismo-Colaborativo-Independente-417162508683284/>

<sup>44</sup> <https://www.facebook.com/groups/141980336370318/>

## 5. ORÇAMENTO

O trabalho demandou poucos recursos financeiros, todas as etapas do trabalho foram realizadas de maneira colaborativa, com o uso de equipamentos que os participantes já possuíam. Os equipamentos que eu utilizei foram um notebook pessoal, uma câmera fotográfica, um lapela e um celular, ferramentas que eu já tinha. As ligações foram feitas pelo telefone da Universidade Federal de Santa Catarina. A programação foi realizada via Banco de Tempo<sup>45</sup>, um grupo de Facebook, que troca serviços utilizando o tempo como moeda. Eu havia realizado alguns serviços para os membros de lá, como captação de imagens em vídeo, produção de vinheta, até mesmo a realização de um mini curso de edição de vídeo, tarefas que contabilizaram 15 horas na minha conta, recurso que foi trocado com o programador. O dinheiro gasto com esse trabalho virá da compra de um domínio e a contratação de um servidor, que pelo Godaddy<sup>46</sup> somam um total de R\$6,99 por mês. Além disso, as impressões deste relatório, destinadas a banca de avaliação, custarão em torno de R\$ 30,00.

---

<sup>45</sup> <https://www.facebook.com/bancodetempofloripa/>

<sup>46</sup> <https://br.godaddy.com>

## 6. DESAFIOS E APRENDIZADOS

Foi um desafio entrar em contato com as 79 mídias independentes, muitas delas não forneciam *email*, endereço, telefone ou possibilidade de enviar mensagem pela página do Facebook. Isso me levou à empreitada de investigar pelos buscadores, caçar por créditos nas publicações, tentar identificar algum jornalista nos seus vídeos, bisbilhotar os comentários em suas redes, sondar seus manuais de redação, além de pedir nas redes sociais se alguém possuía o contato de algum desses veículos. Isso trouxe a tona os inúmeros obstáculos que existem na hora de contatar as mídias, conseqüentemente, a dificuldade de ir além da participação e realizar a colaboração.

Em compensação, foi identificado mecanismos de colaboração e participação já em voga dentro das mídias independentes. No *site* de AzMina existem as seções "Sugestão de Pauta" e "Escrever N'AzMina", onde é possível enviar conteúdo e indicação de pauta. No *site* do Projeto #Colabora pode ser encontrado a seção "Quero Colaborar", espaço dedicado a instruir como é possível enviar conteúdo, sugestões, apoiar financeiramente e anunciar. No *site* Calle2 existe a seção "Participe" que explica como é possível dar ideias, sugestões e escrever para o veículo. O Papo de Homem disponibiliza no *site* um extenso manual para orientar novos autores, nele pode ser encontrado informações sobre como escrever artigos, criar grandes listas, escrever um passo-a-passo, assim como explicitam o que deve ser levado em conta na hora de produzir o material. O *site* Infoamazonia possui em destaque na tela inicial do seu *site* a janela "Participação Cidadã: Atue para defender a Amazônia!", onde é possível enviar histórias a partir de um formulário ou da inserção de uma url. O *site* também possui uma seção chamada "Compartilhe um mapa", espaço onde o internauta pode obter o código de incorporação dos mapas disponibilizados no site. O grupo Maruim tem em seu *site* a seção "Participe", com as subseções "Lance sua ideia", "Envie conteúdo" e "O que podemos mudar?", espaços que possibilitam que o cidadão indique pautas, envie conteúdos e faça críticas. Apesar destes exemplos, a maioria das mídias independentes que participaram deste projeto não possuem qualquer mecanismo ou espaço para instruir a colaboração do cidadão, apesar de estarem interessadas nessa prática.

Desta maneira, concluo que existe um subaproveitamento das ferramentas, assim como pouco estímulo para que os usuários cheguem até elas e as utilizem. Existem ainda inúmeros obstáculos que o cidadão precisa enfrentar até conseguir de fato colaborar com o veículo. Acredito que o *site* construído para este trabalho possa facilitar o contato dos



cidadãos com os grupos midiáticos, elucidar possíveis dúvidas sobre como é possível colaborar, assim como incentivar esse tipo de prática. A ferramenta irá ser publicada como uma versão beta, pois desejo desenvolver mais funcionalidades para ela, como a publicação de notícias pelos usuários, conversação e personalização. Quero continuar estudando sobre esse tema, pois sei que ainda tenho muito a aprender com ele.

Este trabalho almeja fomentar novas formas de pensar e de fazer jornalismo, ao investigar como a mídia independente tem incluído as pessoas nas práticas jornalísticas, de uma maneira que preserve a ética, a relevância, o interesse público e a qualidade da informação. É possível construir um jornalismo mais inclusivo, que além de representar as classes marginalizadas, permita que essas atuem para transformarem sua realidade. Temos que utilizar as tecnologias para desenvolver ferramentas de cidadania, que conectem os indivíduos ao espaço público e contribuam com ações emancipatórias. Como jornalistas, precisamos ter consciência do inacabamento do jornalismo, ou seja, entendê-lo como fenômeno que está sempre em aberto, em movimento, em permanente relação com o outro. Da mesma forma, este trabalho não acaba por aqui, ele é apenas o início de uma jornada de conhecimento e experimentação.

## 7. REFERÊNCIAS

PÚBLICA, Agência. **O mapa do jornalismo independente**. Disponível em: <<http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>>. Acesso em: mar. 2016.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**. Rio de Janeiro: Campus, 2016.

ANDERSON, Chris; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Post-Industrial Journalism: Adapting to the present**. Columbia: Centennial, 2012.

CATARINAS. **Em que consiste uma boa experiência do usuário?** Disponível em: <<http://catarinadesign.com.br/em-que-consiste-uma-boa-experiencia-do-usuario/>>. Acesso em: 05 ago. 2015.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Preocupações éticas no jornalismo feito por não-jornalistas. **Comunicação e Sociedade**, [s.l.], v. 25, p.267-277, 30 jun. 2014. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade Minho.

DELLAGNELO, Pedro Henrique. **Novos modelos de negócio para o Jornalismo on-line**. 2010. 134 f. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010-2011

FOSCHINI, Ana Carmen; TADDEI, Roberto Romano. **Coleção conquiste a rede**. São Paulo: podcast, 2006

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

JENKINS, Henry. **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**. New York: New York University Press, 2006.

LAB, Volt Data. A Conta dos Passaralhos. Disponível em: <<http://passaralhos.voltdata.info/>>. Acesso em: 09 jun. 2017.

MADUREIRA, Francisco Bennati. **Cidadão-fonte ou cidadão-repórter?: O engajamento do público no jornalismo colaborativo dos grandes portais brasileiros**. 2010. Dissertação (Escola de Comunicação e Artes). Universidade de São Paulo. São Paulo, 2009-2010.

O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**. 2007 Disponível em: <[https://mpira.ub.uni-muenchen.de/4578/1/mpira\\_paper\\_4578.pdf](https://mpira.ub.uni-muenchen.de/4578/1/mpira_paper_4578.pdf)>. Acesso em: mar. 2007.

SHIRKY, Clay. **Here comes everybody: The Power of Organizing Without Organizations**. New York: The Penguin Press, 2008.

TOFFLER, Alvin. **The Third Wave**. New York: Bantam Books, 1980

## 8. BIBLIOGRAFIA

ALEMÁN, José Luis Requejo. **Una llamada a la responsabilidad de las audiencias en el periodismo participativo.**

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida.** Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

INOUE, Georges Kirsteller Ryoki. **O Jornalismo Colaborativo como Agente de Transformação Social.** In: XXIII Prêmio Expocom, Rio de Janeiro, 2016.

MARTÍNEZ, Jaume Suau. **Citizens and online media participation.** Attitudes and motivations towards participatory journalism and other online practices in London and Barcelona. Tese (Doutorado em Comunicação) - Blanquerna School of Communication and International Relations, Ramon Llull University, Barcelona, 2015-2016

SCHWINGEL, Carla; ZANOTTI, Carlos. **Produção e colaboração no jornalismo digital.** Florianópolis: Insular, 2010.

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony. **Wikinomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

## 9. ANEXOS

Segue em anexo as informações contidas no O Mapa do Jornalismo Independente da Agência Pública.

### 9.1.1. *Envolverde*

#### ***Enviado por: publica***

O Projeto Envolverde foi criado em 1995 para fazer a gestão do semanário Terramérica, realizado em parceria com o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma) e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud), que depois veio a receber apoio do Banco Mundial. O portal, criado em 1998 e decorrente do projeto, hoje é um dos principais *sites* brasileiros sobre sustentabilidade. Já recebeu dois prêmios Ethos e um Prêmio de Melhor Mídia em Meio Ambiente do Instituto Chico Mendes, entre outros. O objetivo principal do *site* é ampliar o conhecimento social da sustentabilidade por meio do jornalismo e da comunicação.

#### **De onde é?**

Publicidade no site e doação de Pessoas Jurídicas.

#### **Como se mantém?**

Publicidade no site e doação de Pessoas Jurídicas.

<http://www.envolverde.org.br>

#### **Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/envolverde>

<https://twitter.com/envolverde>

### 9.1.2. *Revista Capitolina*

#### ***Enviado por: publica***

Revista online independente criada em 2014 para garotas adolescentes que fala de escola, relacionamentos, games, gadgets, moda, culinária, entre outros assuntos. Criada por jovens, tem a intenção de estabelecer um diálogo honesto com as leitoras, de forma inclusiva, sem restrições de classe social, raça, orientação sexual e aparência física. A intenção é representar todas as jovens, especialmente as que se sentem

excluídas pelos moldes tradicionais da adolescência, mostrando que elas têm espaço para crescer da forma que são. O conteúdo é escrito por colaboradoras e inclui quadrinhos, ensaios fotográficos e produção literária.

**De onde é?**

Do Brasil todo.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://revistacapitolina.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/capitolinarevista>

<https://twitter.com/capitolinafala>

*9.1.3. Coletivo Nigéria*

***Enviado por: publica***

A Nigéria é uma produtora/coletivo formada por jovens comunicadores e realizadores de vídeos e documentários. Formada em 2010, tem o objetivo de empoderar e catalisar por meio do audiovisual o poder de transformação dos movimentos sociais. Funciona como coletivo na forma de organização e atuação horizontal, mas também é uma produtora, pois realiza serviços de produção audiovisual.

**De onde é?**

Fortaleza.

**Como se mantém?**

Crowdfunding, doação de Pessoas Jurídicas, editais e trabalhos em parcerias com ONGS e movimentos sociais.

<https://www.facebook.com/coletivoNigeria/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/coletivoNigeria/>

#### 9.1.4. *Azmina*

##### ***Enviado por: publica***

Azmina é uma associação sem fins lucrativos que busca usar a cultura e a informação para alimentar o debate e empoderar mulheres. O principal produto é a Revista AzMina – para mulheres de A a Z, criada em 2015, que visa estimular o empoderamento feminino por meio da promoção da cultura e da informação de qualidade.

##### **De onde é?**

Do mundo. Não existe uma sede, mas escritórios espalhados por vários países.

##### **Como se mantém?**

Crowdfunding, doação de Pessoas Jurídicas, oficinas e eventos beneficentes. Mas ainda não se mantém.

<http://azmina.com.br/>

##### **Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/revistaazmina>

<https://twitter.com/revistaazmina>

#### 9.1.5. *Volt Data Lab*

##### ***Enviado por: publica***

Criado em 2014, o Volt Data Lab é uma agência dedicada a produzir reportagens e investigações a partir de dados, desenvolvendo projetos de direitos humanos, política, economia, desenvolvimento social, questões ambientais, mídia e tecnologia.

##### **De onde é?**

São Paulo, um pouco de Curitiba, com escopo de cobertura nacional.

##### **Como se mantém?**

Dando cursos e fazendo conteúdo sob demanda.

<http://www.voltdata.info/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/voltdata>

<https://twitter.com/voltmediabr>

**9.1.6. Revista Berro*****Enviado por: publica***

Publicação independente, criada em 2013, sobre sociedade, arte, cultura, comunicação, literatura e humor, cuja missão principal é produzir um conteúdo crítico e contra-hegemônico ao da mídia empresarial, que tem o Bode Berro como mascote e guru. A revista é aberta, livre, anárquica, sem linha editorial definida – mas sem perder de vista "de que lado a gente samba".

**De onde é?**

Fortaleza, com cobertura nacional.

**Como se mantém?**

Doação de Pessoas Jurídicas e futuramente por crowdfunding.

<http://revistaberro.com/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/RevistaBerroCE>

<https://twitter.com/RevistaBerro>

**9.1.7. Vozerio*****Enviado por: publica***

Lançado em 2015, o Vozerio tem se dedicado a contar histórias e a debater questões do Rio metropolitano e de seus moradores. Em reportagens, entrevistas, debates, vídeos, artigos e notícias, o Vozerio conta a história, explora a diversidade do Rio contemporâneo e indaga para onde caminha a metrópole.

**De onde é?**

O site foi criado e está baseado no Rio de Janeiro; seu foco é a região metropolitana do Rio de Janeiro.

**Como se mantém?**

Patrocínio por leis de incentivo.

<http://www.vozerio.org.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/vozeriorevista/>

<https://twitter.com/vozeriorevista>

*9.1.8. Cidades para Pessoas*

***Enviado por: publica***

É um projeto de investigação que interpreta e experimenta ideias para cidades mais humanas. Investiga a vida urbana em expedições por cidades do Brasil e do mundo usando como ferramentas a apuração jornalística e o desenho de observação. Interpreta suas descobertas em narrativas com diversas linguagens – reportagens, diários ilustrados, vídeos, mapas, palestras, exposições etc. E experimenta algumas dessas ideias na prática, em oficinas e protótipos de intervenções urbanas. Existe desde 2011.

**De onde é?**

Nasceu em São Paulo, mas tem cobertura nacional.

**Como se mantém?**

Por meio de palestras e projetos especiais.

<http://www.cidadesparapessoas.com/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/cidadesparapessoas>

*9.1.9. #Colabora*

***Enviado por: publica***



Colabora é um projeto jornalístico sem fins lucrativos nem qualquer vinculação partidária. Ele nasce da certeza de que é preciso enfrentar a ideia do Eu, do Aqui e do Agora. Um conceito que tem dominado boa parte das conversas e das decisões que nos cercam. Prefere o Nós, em Qualquer Lugar, a Qualquer Hora. Quer trocar o Faça Você Mesmo pela Construção Coletiva.

**De onde é?**

Rio de Janeiro, mas a cobertura de sustentabilidade, economia colaborativa e terceiro setor, naturalmente, acaba sendo nacional e, muitas vezes, mundial.

**Como se mantém?**

Publicidade no site, crowdfunding, doação de Pessoas Jurídicas, realização de eventos.

<http://www.projetocolabora.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/siteprojetocolabora>

<https://twitter.com/colaboraprojeto>

*9.1.10. Barão de Itararé*

***Enviado por: publica***

O Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé atua nacionalmente, com núcleos estaduais, produzindo conteúdo informativo e promovendo debates, cursos, palestras e atividades relacionadas à luta pela democratização da comunicação desde 2010. Uma das principais premissas dessa luta é que, sem pluralidade e diversidade de opiniões e ideias na mídia, que reflitam, inclusive, a riqueza dos contrastes regionais e culturais brasileiros, se torna impossível avançar e consolidar, de fato, a democracia no país.

**De onde é?**

A iniciativa nasceu em São Paulo. A cobertura é nacional.

**Como se mantém?**

Publicidade no site, doação de Pessoas Jurídicas, publicação de livros, realização de cursos, doações de Pessoas Físicas.

<http://www.baraodeitarare.org.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/baraomidia/>

*9.1.11. Calle2*

***Enviado por: publica***

A Calle2 é uma revista digital que nasceu em 2015 e se propõe a ter um novo olhar sobre a América Latina. Cruza as fronteiras para mostrar pessoas, lugares, cores e sabores que fazem do continente latino-americano um dos mais diversos e fascinantes do mundo. A proposta é olhar, enxergar e retratar o cotidiano do continente, pouco explorado pela imprensa brasileira. Publica semanalmente grandes reportagens, crônicas, entrevistas, perfis, ensaios fotográficos e análises que pretendem retratar, além das boas histórias, as injustiças de uma região ainda tão desigual.

**De onde é?**

São Paulo, mas cobre a América Latina.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://www.calle2.com/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/revistacalle2/>

<https://twitter.com/revistacalle2>

*9.1.12. Lado M*

***Enviado por: publica***

O Lado M existe para falar sobre empoderamento feminino por meio de reportagens, vídeos, ensaios fotográficos e muito mais. Conteúdos que mostrem que as mulheres podem ser e fazer o que quiserem, independentemente de estereótipos de gênero. É

para isto que o Lado M existe: mostrar que as mulheres e as possibilidades de interesses e de estilos femininos vão muito além de qualquer padrão.

**De onde é?**

São Paulo

**Como se mantém?**

Publicidade no site, mas ainda não se banca.

<http://www.lado-m.com/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/SiteLadoM>

<https://twitter.com/siteladom>

*9.1.13. Marco Zero Conteúdo*

***Enviado por: publica***

O Marco Zero Conteúdo é um coletivo de jornalismo investigativo que aposta em matérias aprofundadas, independentes e de interesse público. Produzidas e editadas por jornalistas que procuram ver o mundo com um olhar diferenciado, as reportagens podem ser livremente reproduzidas por qualquer veículo sob a licença creative commons. Para manter a independência, não recebe patrocínios de governos, empresas públicas ou privadas. Foca a produção jornalística em três pontos principais: semiárido nordestino, urbanismo e relações de poder. Também publica material produzido por parceiros editoriais espalhados por toda a América Latina.

**De onde é?**

Recife.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://marcozero.org/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/mzconteudo>

<https://twitter.com/mzconteudo>

#### 9.1.14. *Desacato*

##### ***Enviado por: publica***

Cooperativa de jornalistas, produtores culturais, técnicos em informática, profissionais em áreas específicas, tradutores, cinegrafistas, fotógrafos, designers, publicitários e editores. Foi fundada em 2011.

##### **De onde é?**

Florianópolis – mas a cobertura é sem fronteiras. As bases são Florianópolis e Santo Domingo (República Dominicana).

##### **Como se mantém?**

Produzindo conteúdo sob demanda.

<http://www.desacato.info/>

##### **Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/Portal.Desacato>

<https://twitter.com/desacatobrasil>

#### 9.1.15. *Livre.Jor*

##### ***Enviado por: publica***

Livre.jor é feito por jornalistas e existe desde 2014, com a regra de só usar dados públicos como matéria-prima para as notícias. O foco é aquilo que acontece no Paraná. Para isso fazem análise de bancos de dados, acompanham sistematicamente diários e documentos oficiais. Também "entrevistam" os poderes públicos via Lei de Acesso à Informação.

##### **De onde é?**

Curitiba, mas cobre Paraná e às vezes Brasil.

##### **Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://livre.jor.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/livre.jor>

<https://twitter.com/LivreJor>

*9.1.16. Projeto Draft*

***Enviado por: publica***

A missão do site, criado em 2014, é contar as histórias de realizadores e inovadores para inspirar e instrumentalizar outras pessoas a realizar e a inovar também. Narra a eclosão da nova economia no Brasil.

**De onde é?**

São Paulo, com cobertura nacional.

**Como se mantém?**

Projetos de brand content.

<http://www.projetodraft.com>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/projetodraft>

<https://twitter.com/projetodraft>

*9.1.17. Lupa*

***Enviado por: publica***

A Lupa é a primeira agência de fact-checking do Brasil. Criada em 2015, verifica o grau de veracidade do que é dito não apenas por políticos, mas por líderes sociais, celebridades e empresas. Também se debruça sobre conteúdos de grande impacto e verifica informações que possam complementar a cobertura jornalística sobre ele. Como uma agência de notícias, a Lupa revende seu conteúdo para outros meios de comunicação, em parcerias estratégicas seladas caso a caso.

**De onde é?**

Nasceu e funciona no Rio de Janeiro. A cobertura é focada no Brasil, com especial destaque em RJ, SP e BSB.

**Como se mantém?**

Investidor.

<http://www.lupa.news.com/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/LupaNews>

<https://twitter.com/lupanews>

*9.1.18. Scream and Yell*

***Enviado por: publica***

Um site jornalístico sobre cultura pop, com entrevistas, reviews e coberturas de festivais de música, cinema, cerveja. Também produzem e lançam álbuns, fazem podcast e mixtapes e jornalismo musical aprofundado independentemente do apelo do entrevistado: tratando Caetano Veloso, Romulo Fróes e Loomer como iguais, porque todos fazem boa música.

**De onde é?**

São Paulo, mas cobre América Latina e Portugal.

**Como se mantém?**

Publicidade no site (rara), mas geralmente tiram do próprio bolso.

<http://screamyell.com.br/site/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/screamyell>

<https://twitter.com/screamyell>

*9.1.19. Jornalistas Livres*

***Enviado por: publica***

Uma rede de coletivos originada na diversidade em 2015. Existe em contraponto à falsa unidade de pensamento e ação do jornalismo praticado pela mídia tradicional, centralizada e centralizadora. Os valores que os unem são o amor apaixonado pela democracia e a defesa radical dos direitos humanos. Coloca-se em oposição aos estratagemas da tradicional indústria jornalística (multi)nacional, que, antidemocrática por natureza, despreza o espírito jornalístico em favor de mal disfarçados interesses empresariais e ideológicos, comerciais e privados, corporativos e corporativistas.

**De onde é?**

Nasceram em São Paulo, cobrem o Brasil.

**Como se mantém?**

Crowdfunding, mas ainda não se mantém.

<https://medium.com/jornalistas-livres>

*9.1.20. Passapalavra*

***Enviado por: publica***

Grupo de orientação anticapitalista fundado em 2009 que, independente de partidos e demais poderes políticos e econômicos, é formado por colaboradores de Portugal e do Brasil, cujo intuito maior é construir um espaço comunicacional que contribua para a articulação e a unificação prática das lutas sociais. Estão disponíveis no site notícias, artigos opinativos, cartuns, denúncias, vídeos, áudios, debates e outros materiais informativos de produção própria, visando à construção de uma rede de solidariedade e colaboração entre todos aqueles que lutam contra as injustiças sociais.

**De onde é?**

Brasil e Portugal.

**Como se mantém?**

Doações de Pessoas Físicas.

<http://www.passapalavra.info/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/passapalavra>

<https://twitter.com/passapalavra>

#### 9.1.21. *Periferia em Movimento*

##### ***Enviado por: publica***

Como meio alternativo à mídia convencional e com uma perspectiva “de dentro pra dentro”, o site acompanha, reflete, apoia e difunde ações sociais, culturais, políticas e econômicas de iniciativa popular que visam à garantia dos direitos fundamentais nas bordas das cidades, especialmente no extremo sul de São Paulo, desde 2012.

##### **De onde é?**

São Paulo.

##### **Como se mantém?**

Crowdfunding, editais, prestação de serviços.

<http://periferiaemmovimento.com.br/>

##### **Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/PeriferiaemMovimento/>

<https://twitter.com/PERIFASEMOVE>

#### 9.1.22. *Trombone*

##### ***Enviado por: publica***

Trombone é uma iniciativa jornalística que existe desde 2015 e pretende "explicar as notícias" do Rio de Janeiro para a geração conectada – que majoritariamente segue os acontecimentos por meio das redes sociais. Por isso, optaram por não ter um site próprio, mas postar explicações nas redes sociais mais importantes, levando em conta os formatos que mais se destacam em cada uma delas.

##### **De onde é?**

Rio de Janeiro.

##### **Como se mantém?**

Ainda não se mantém.



<https://www.facebook.com/trombonemedia>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/trombonemedia>

9.1.23. *Ponte*

***Enviado por: publica***

Canal de informações sobre segurança pública, justiça e direitos humanos que surgiu em 2014 da convicção de um grupo de jornalistas de que jornalismo de qualidade sob o prisma dos direitos humanos é capaz de ajudar na construção de um mundo mais justo; de que é preciso desnudar as razões pelas quais a população tem medo da tropa policial; revelar os fatos que levam os pobres e negros a serem vítimas de um Judiciário injusto e lento, e os caminhos que permitem que o sistema prisional invista bilhões de reais para causar dor e sofrimento aos apenados.

**De onde é?**

São Paulo.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://www.ponte.org/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/pontejornalismo/>

<https://twitter.com/pontejornalismo>

9.1.24. *Vaidapé*

***Enviado por: publica***

A Vaidapé é um coletivo de comunicação formado por jovens que debatem e divulgam movimentações culturais, periféricas e marginais por meio de um jornalismo independente. Na Vaidapé, a periferia é o centro. Articula-se com aqueles que não estão nos holofotes da grande imprensa e não são prioridade na agenda

política. Atua no audiovisual, na radiodifusão, no meio impresso e digital, mas também desenvolve projetos e eventos que conectam e dialogam com jovens dos extremos da cidade.

**De onde é?**

São Paulo.

**Como se mantém?**

Por meio de editais.

<http://vaidape.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/revistavaidape>

<https://twitter.com/revistavaidape>

*9.1.25. Noo*

***Enviado por: publica***

Derivada da palavra "NOOlogia" (o estudo da mente, do conhecimento humano), NOO é um estímulo às sinapses, expressa a ideia de intelecto, pensamento e inteligência. Instiga os debates construtivos, as boas ideias e propõe reflexões em busca de movimentos transformadores. A NOOMag é uma plataforma de diálogo aberta a diferentes pessoas e opiniões.

**De onde é?**

Nascimento no Rio de Janeiro, com cobertura prioritariamente no Rio, mas também São Paulo e Curitiba e especiais mundo afora em locais como Europa e Estados Unidos.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://noo.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/todomundoNOO>

<https://twitter.com/intent/follow>

#### 9.1.26. *Overloadr*

##### ***Enviado por: publica***

O Overloadr foi criado em 2014 para tratar videogames com seriedade jornalística e apresentar todo aspecto cultural que envolve a mídia. Por meio de um conteúdo diversificado e divertido, abrangendo vídeos, textos e podcasts, aborda os jogos em suas facetas culturais, artísticas e tecnológicas e o cenário que os cerca.

##### **De onde é?**

De São Paulo, com cobertura mundial.

##### **Como se mantém?**

Publicidade no site, crowdfunding, eventos presenciais e venda de camisetas.

<http://overloadr.com.br/>

##### **Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/overloadr>

<https://twitter.com/overloadrBR>

#### 9.1.27. *Terra sem Males*

##### ***Enviado por: publica***

O Terra Sem Males é um projeto que pratica o jornalismo independente, com a colaboração de vários jornalistas, para a produção de reportagens e começou em 2015. A missão é dar voz e visibilidade às populações e povos deixados de lado pelos donos da mídia convencional. Luta pela democratização da comunicação, para que seja efetivamente uma concessão pública, e incentiva a criação de novos espaços de comunicadores e comunicadoras populares. Aposta na produção de reportagens, sob o ponto de vista dos trabalhadores, com a valorização das imagens como fonte de informação.

**De onde é?**

Curitiba, mas cobre o território nacional.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://www.terrasememales.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/terrasememales/>

<https://twitter.com/terrasememales>

9.1.28. *Cientista que virou mãe*

***Enviado por: publica***

A plataforma, criada em 2015, é a primeira brasileira de informação produzida exclusivamente por mulheres mães. São cientistas, jornalistas e demais produtoras independentes de conteúdo que sabem de que tipo de informação as mulheres precisam. E o mais importante: informação não mercadológica, não financiada pelas grandes corporações. O funcionamento se baseia no financiamento coletivo de todos os textos. As leitoras e leitores acessam, escolhem o texto que querem apoiar por seu título e resumo e contribuem com o que querem. Atingido o valor mínimo, o texto é publicado com livre acesso a todos. Informação independente, por mulheres, para todos.

**De onde é?**

Florianópolis, com cobertura nacional.

**Como se mantém?**

Crowdfunding, doação de Pessoas Jurídicas.

<http://www.cqvm.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/cientistaqueviroumae>

<https://twitter.com/cqymae>

9.1.29. *Aos Fatos*

***Enviado por: publica***

Plataforma multimídia criada em 2015 para verificação diária do discurso público. Acredita que o jornalismo diário carece de uma abordagem analítica baseada em fatos, e não apenas em opiniões. Acredita que a cobertura feita pela imprensa tradicional, de quem diz ser entusiasta, e não inimigo, carece de dados, mas exagera em versões.

**De onde é?**

Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo.

**Como se mantém?**

Crowdfunding, doação de Pessoas Jurídicas, parcerias de conteúdo.

<http://aosfatos.org>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/aosfatos.org>

<http://www.twitter.com/aosfatos>

9.1.30. *Papo de Homem*

***Enviado por: publica***

Criado para produzir conteúdo benéfico, que contribua para o florescimento humano e para o cultivo de um masculino mais lúcido. É tempo de homens possíveis. Homens se interessam apenas por sexo, dinheiro, futebol e bebida...? E se houvesse também um espaço para cultivar uma visão de mundo mais ampla, desafiar preconceitos, aprender a viver e se relacionar com mais satisfação? Esse é o Papo de Homem, um espaço criado em 2006, no qual todos são bem-vindos – independentemente de sexo, gênero, orientação sexual, credo ou raça.

**De onde é?**

São Paulo, com cobertura nacional.

**Como se mantém?**

Publicidade no site, fazendo projetos de custom publishing para marcas, fora do PdH – por meio do braço [www.escribas.com](http://www.escribas.com). Oferece também cursos e palestras ocasionais.

<http://www.papodehomem.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/papodehomem>

<https://twitter.com/papodehomem>

*9.1.31. Farol Jornalismo*

***Enviado por: publica***

O Farol Jornalismo é uma iniciativa de pesquisa e produção de novas formas de fazer jornalismo. É resultado da inquietação com as incertezas da profissão e uma maneira de ficar de olho nas mudanças do mercado. Um espaço de reflexão sobre o que anda sendo discutido no Brasil e no exterior, um ponto de referência para quem navega por esses mares fascinantes e traiçoeiros.

**De onde é?**

De Porto Alegre, atento ao que acontece no mundo.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://faroljornalismo.cc/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/faroljornalismo>

<https://twitter.com/faroljornalismo>

*9.1.32. Justificando*

***Enviado por: publica***

Portal independente criado em 2014 que busca informação e artigos sobre justiça e poder, sempre com o compromisso com direitos humanos.

**De onde é?**

São Paulo, com cobertura nacional.

**Como se mantém?**

Publicidade no site e cursos jurídicos.

<http://www.justificando.com/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/justificando>

[https://twitter.com/\\_Justificando](https://twitter.com/_Justificando)

*9.1.33. Repórter de Rua****Enviado por: publica***

O Repórter de Rua é um coletivo independente de reportagem nascido em Mossoró, interior do Rio Grande do Norte, em 2013. O foco do trabalho da equipe é a reportagem de rua, aquela em que os repórteres “sujam o pé de lama” e sentem prazer nisso. Uma resposta à fuga do jornalismo narrativo tão em falta nos jornais. Todas as reportagens são produzidas em formato multimídia.

**De onde é?**

O coletivo nasceu no município de Mossoró, interior do Rio Grande do Norte, e as pautas são predominantemente sobre realidades existentes nos municípios potiguares.

**Como se mantém?**

Recursos próprios.

<http://reporterderua.org/novosite/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/ProjetoReporterdeRua/>

*9.1.34. BRIO****Enviado por: publica***

Plataforma especializada na produção de grandes reportagens. Busca produzir histórias que tenham vida, mas que dialoguem com temas relevantes da agenda brasileira e mundial. Brio quer estar sempre conectado com o que interessa, seja abordando ângulos nunca abordados, seja trazendo novos assuntos à tona, experimentando novas formas de narrativa e de complementos multimídia.

**De onde é?**

O BRIO nasceu dos esforços de cinco sócios espalhados por Brasília, Rio de Janeiro, Paris, Washington e Nova York, além de terceiros contratados na Austrália, para o desenvolvimento do site. Mas foca a cobertura jornalística dentro do Brasil.

**Como se mantém?**

Investimento pessoal e familiar.

<http://brio.media/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/briostories>

*9.1.35. Porvir*

***Enviado por: publica***

O Porvir é uma iniciativa de comunicação e mobilização social criada em 2012 que mapeia, produz, difunde e compartilha referências sobre inovações educacionais para inspirar melhorias na qualidade da educação brasileira e incentivar a mídia e a sociedade a compreender e demandar inovações educacionais.

**De onde é?**

São Paulo.

**Como se mantém?**

Projeto de um instituto familiar.

<http://porvir.org/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/Porvir/>



<http://www.twitter.com/porvir>

#### 9.1.36. *Jornalismo B*

##### ***Enviado por: publica***

O Jornalismo B nasceu em 2007 como site, e em 2010 foi criado o Jornalismo B Impresso, jornal quinzenal. Embora o principal foco, no início do projeto, tenha sido a luta pela democratização da mídia, atualmente procura tratar de pautas variadas ligadas aos movimentos populares, especialmente em Porto Alegre, e às mobilizações da esquerda em geral.

##### **De onde é?**

Porto Alegre.

##### **Como se mantém?**

Publicidade no site, crowdfunding, doação de Pessoas Jurídicas.

<http://www.jornalismob.com/>

##### **Visite as redes:**

<http://facebook.com/JornalismoB>

<https://twitter.com/jornalismob>

#### 9.1.37. *Oppina*

##### ***Enviado por: publica***

A Oppina, criada em 2015, é uma plataforma de informação e conhecimento que reúne opiniões diversas – complementares, divergentes, opostas – a respeito de temas urgentes e polêmicos. Assuntos relevantes são tratados por especialistas e líderes em suas áreas, em vídeos de até 3 minutos, valorizando pontos de vista diferentes e o ambiente de respeito às diferenças. A equipe da Oppina faz a curadoria dos temas e cria, para cada um, uma pergunta central. Depois, seleciona seis especialistas e líderes em suas áreas, com opiniões e formações diversas, e os ajuda a construir seus roteiros.

##### **De onde é?**

São Paulo, com cobertura nacional.

### **Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<https://www.youtube.com/channel/UCkNtoGhF7k56oJH2fqZixKA>

### **Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/Oppina-743598132434164/>

<https://twitter.com/Oppina>

#### *9.1.38. Risca Faca*

##### ***Enviado por: publica***

Quer fugir da cobertura que acompanha somente o ritmo das redes sociais. E quer mostrar novas histórias e novas formas de contá-las – pode ser em áudio, em quadrinhos, em vídeo. Ao mesmo tempo, como o nome sugere, não quer ser sisudo nem cabeçudo.

### **De onde é?**

São Paulo, mas cobre o Brasil.

### **Como se mantém?**

Publicidade no site.

<http://riscafaca.com.br/>

### **Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/siteriscafaca/>

[https://twitter.com/\\_riscafaca](https://twitter.com/_riscafaca)

#### *9.1.39. Congresso em Foco*

##### ***Enviado por: publica***

O Congresso em Foco é o primeiro veículo online especializado na cobertura do Congresso Nacional, criado em 2004. A missão é acompanhar o Congresso Nacional e a política com o propósito de fornecer à sociedade, de forma inovadora, interativa,

democrática e transparente, informações confiáveis e relevantes que permitam aos brasileiros exercer plenamente a cidadania.

**De onde é?**

Brasília.

**Como se mantém?**

Publicidade no site, parceria com portal de internet; venda e assinatura de revista; publicidade na revista; realização de palestras; organização de um grande evento anual (Prêmio Congresso em Foco).

<http://congressoemfoco.uol.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/congressoemfoco>

<https://twitter.com/congemfoco>

*9.1.40. Agência Mural*

***Enviado por: publica***

Em 2010, o blog Mural, o primeiro blog de notícias das periferias de São Paulo, nasceu como um esforço coletivo de cerca de 20 pessoas para minimizar lacunas de informação. Hospedado desde seu início entre a lista de blogs da Folha de S.Paulo, troca conteúdo exclusivo de áreas invisíveis à redação do jornal e aos seus leitores pelo direito de estar ali. A Agência Mural é o resultado natural dessa história e de sua evolução. É uma agência de notícias, de informação e de inteligência sobre as periferias de São Paulo que entende como essa área geográfica estendida além do “centro” do poder político-econômico paulistano e que alcança as cidades da região metropolitana.

**De onde é?**

São Paulo.

**Como se mantém?**

Agência de notícias, informação e inteligência sobre as periferias de São Paulo.

<http://agenciamural.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/agenciamural>

<https://twitter.com/agmural>

9.1.41. *Conexão Planeta*

***Enviado por: publica***

Fazem parte da pauta do Conexão Planeta temas como preservação da natureza, proteção aos animais e ecossistemas, mudanças climáticas, redução da desigualdade, inclusão social e econômica, consumo consciente. No radar estão constantemente em foco pautas a respeito de inovação, mobilidade urbana, cidades mais humanas, estilo de vida, casa sustentável, simplicidade voluntária, biodiversidade e alimentação saudável.

**De onde é?**

A iniciativa nasceu em São Paulo, mas tem cobertura nacional e internacional.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://conexaoplaneta.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/conexaoplaneta>

<https://twitter.com/conexaoplaneta>

9.1.42. *InfoAmazônia*

***Enviado por: publica***

InfoAmazônia agrega dados e notícias sobre a Amazônia, a maior floresta tropical contínua do planeta. O projeto criado em 2012 é sustentado por uma rede de organizações e jornalistas que oferecem atualizações constantes dos nove países da região. As bases de dados compartilhadas por InfoAmazônia estarão sempre disponíveis para download e serão renovadas com frequência. O cruzamento das

notícias com os dados pretende melhorar a percepção sobre os desafios para a conservação da floresta.

**De onde é?**

São Paulo, cobre Amazônia.

**Como se mantém?**

Dados e notícias sobre a Amazônia.

<http://infoamazonia.org/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/siteinfoamazonia>

<https://twitter.com/infoamazonia>

9.1.43. *Nexo*

***Enviado por: publica***

Nexo é um jornal digital criado em 2015 para quem busca explicações precisas e interpretações equilibradas sobre os principais fatos do Brasil e do mundo. Seu compromisso é oferecer aos leitores informações contextualizadas, com uma abordagem original. Para o Nexo, apresentar temas relevantes de forma clara, plural e independente é essencial para qualificar o debate público.

**De onde é?**

São Paulo e Brasília, com cobertura nacional e internacional de alguns temas.

**Como se mantém?**

Por assinatura.

<https://www.nexojornal.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/nexojornal>

<https://twitter.com/nexojornal>

#### 9.1.44. *Fluxo*

##### ***Enviado por: publica***

O Fluxo é uma redação, um estúdio, um lugar para encontros e reuniões no centro de São Paulo. Um território criado em 2014 onde repórteres, cinegrafistas, fotógrafos, editores e artistas podem explorar novas possibilidades para o jornalismo. Na linguagem, no conteúdo e nas relações entre comunicadores e público. Produz streamings, reportagens, artigos, entrevistas em texto e vídeo, podcasts, publicações. Oferece ainda eventos, cursos, festas e encontros abertos ao público.

##### **De onde é?**

São Paulo. A cobertura atual se dá principalmente em São Paulo, mas aborda Rio de Janeiro e Minas Gerais.

##### **Como se mantém?**

Crowdfunding, doação de Pessoas Jurídicas.

<http://www.fluxo.net/>

##### **Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/estudiofluxo>

#### 9.1.45. *Amazônia Real*

##### ***Enviado por: publica***

A agência Amazônia Real nasceu em 2013 e tem o objetivo de dar oportunidade de direitos e acesso à mídia à população amazônica, inclusive as mulheres indígenas e não indígenas, produzindo e difundindo informação de qualidade e profunda na própria região por meio dos seguintes eixos temáticos: meio ambiente, povos indígenas, povos tradicionais, conflitos agrários, direitos humanos e contas públicas.

##### **De onde é?**

Manaus (Amazonas), com cobertura em Rondônia, Roraima, Pará, Acre, Amapá e Maranhão.

##### **Como se mantém?**

Doação de Pessoas Jurídicas, doações de Pessoas Físicas, recursos próprios.

<http://amazoniareal.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/amazoniareal/>

[https://twitter.com/amazonia\\_real](https://twitter.com/amazonia_real)

9.1.46. *Democratize*

***Enviado por: publica***

Uma rede de comunicação independente criada em 2015 que tem como objetivo disputar e acirrar o debate sobre a democratização dos veículos de comunicação, levantando a bandeira de uma terceira via ao jornalismo de hoje. É preciso tratar com honestidade e transparência a informação, deixando de lado a preocupação pelo lucro e os interesses políticos por trás de cada notícia.

**De onde é?**

São Paulo.

**Como se mantém?**

Crowdfunding, doação de Pessoas Jurídicas.

<https://www.facebook.com/democratizemidia>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/democratizemidia>

9.1.47. *Outras Palavras*

***Enviado por: publica***

Lançado em 2009, o site Outras Palavras tornou-se uma referência importante na galáxia da chamada “comunicação compartilhada” ou da “mídia livre”, abordando uma temática pouco presente nesse universo: o exame crítico da globalização, as novas culturas políticas da autonomia e os movimentos de ocupação das redes e das ruas.

**De onde é?**

São Paulo.

**Como se mantém?**

Publicidade no site, crowdfunding.

<http://outraspalavras.net/>

**Visite as redes:**

<http://facebook.com/outraspalavras>

<http://www.twitter.com/outraspalavrass>

9.1.48. *Candeia*

***Enviado por: publica***

Formado em 2014, o coletivo Candeia tem como missão realizar reportagens e produtos audiovisuais sobre direitos humanos e política. Além disso, mantém um projeto chamado Expressão Comunitária, que fornece oficinas de introdução ao jornalismo e audiovisual independentes para jovens moradores da periferia que se interessam por comunicação.

**De onde é?**

São Paulo.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://www.candeia.jor.br/>

**Visite as redes:**

<http://facebook.com/Candeiablog>

<https://twitter.com/candeiajor>

9.1.49. *Maruim*

***Enviado por: publica***

Coletivo de jornalismo fundado em 2014 para provocar um debate público amplo e plural que construa a transformação da realidade. O trabalho envolve luta pela



democratização da mídia, produção de conteúdo jornalístico que dispute a narrativa da Grande Florianópolis e formação de uma rede com outras iniciativas de mídia contra-hegemônica.

**De onde é?**

Florianópolis.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<https://www.facebook.com/midiamaruim/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/midiamaruim/>

*9.1.50. Agência ANotA*

***Enviado por: publica***

Coletivo de jornalistas, economistas, historiadores e advogados criado em 2011 com o intuito de produzir informação contra-hegemônica.

**De onde é?**

Nascida em Niterói, cobre Rio, Niterói, São Gonçalo, Belém, Uberaba e Brasília.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<https://www.facebook.com/AgenciaAnota/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/AgenciaAnota/>

*9.1.51. O Estopim*

***Enviado por: publica***

O Estopim é uma revista eletrônica criada em 2011 cujo conteúdo é produzido por muitas mãos que abraçam o espírito crítico, têm um quê de liberdade literária e buscam sempre uma visão alternativa de quaisquer acontecimentos.

**De onde é?**

A criação da iniciativa se deu em Palhoça, município próximo à grande Florianópolis (SC). A cobertura da iniciativa é a capital e os municípios adjacentes.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<https://www.facebook.com/estopim.periodico/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/estopim.periodico/>

*9.1.52. Poleiro****Enviado por: publica***

A Poleiro preza pela produção de conteúdo aprofundado, na contramão da tendência geracional de produzir e consumir de maneira rápida e descartável. Auxilia jovens jornalistas a construir reportagens dando suporte tanto na apuração quanto na construção de texto.

**De onde é?**

São Paulo e Rio de Janeiro.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<https://revistapoleiro.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/revistapoleiro>

<https://twitter.com/revistapoleiro>

*9.1.53. Nós, Mulheres de Periferia****Enviado por: publica***

O coletivo Nós, Mulheres da Periferia existe desde 2014 e tem como principal objetivo contribuir para o empoderamento das mulheres da periferia de São Paulo,

promovendo espaços de reflexão, debate, informação, troca de conhecimento, experiências e visibilidade sobre seus protagonismos, vivências, histórias e dilemas.

**De onde é?**

São Paulo.

**Como se mantém?**

Editais.

<http://nosmulheresdaperiferia.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/nosmulheresdaperiferia/>

*9.1.54. Acurácia*

***Enviado por: publica***

Estabelecida em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, em 2011, a Acurácia fotojornalismo tem como compromisso reportar com credibilidade os mais relevantes eventos da região Sul do país, trazendo à tona fatos importantes para a sociedade gaúcha e brasileira. Abrange todos os patamares da notícia, utilizando eticamente o discurso fotográfico para narrar os fatos de forma averiguada e criativa.

**De onde é?**

Porto Alegre, cobre Rio Grande do Sul.

**Como se mantém?**

Por meio de job freelancers.

<http://www.acuracia.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/Acuraciafotojo>

<http://www.twitter.com/Acuraciafoto>

*9.1.55. Mídia Ninja*

***Enviado por: publica***

A Mídia Ninja é uma rede de coletivos e comunicadores que trabalha na produção e difusão de conteúdos, disputando a partir das redes novas possibilidades narrativas, seja na experimentação estética ou nas informações geradas. Desde sua explosão com os protestos de 2013, a rede tem caráter bem difuso, com representantes e entusiastas que colaboram na apuração de dados e na gestão política da rede.

**De onde é?**

A rede Ninja nasce a partir dos coletivos Fora do Eixo, já distribuídos por aproximadamente cem cidades, com atuação especial em territórios do Brasil profundo.

**Como se mantém?**

Crowdfunding, financiamento de fundações, prêmios e projetos específicos.

<https://www.facebook.com/midiaNINJA/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/midiaNINJA/>

<https://twitter.com/midianinja>

*9.1.56. Desneuralizador*

***Enviado por: publica***

Coletivo de midiativismo goianiense criado em 2014.

**De onde é?**

Goiânia.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<https://www.youtube.com/channel/UCMFQDHdHS51h5RzQnfjWkNg>

*9.1.57. O Eco*

***Enviado por: publica***

Dedica-se à cobertura de pautas sobre o meio ambiente desde 2004. Sua razão de ser é a conservação da natureza; treina e propicia experiência a jovens (ou nem tanto) escritores, fotógrafos e cinegrafistas vocacionados à cobertura ambiental, sejam eles jornalistas por formação ou não. O Eco é uma escola que espera impulsionar a carreira de profissionais brilhantes, motivados e espalhados por todos os cantos do Brasil.

**De onde é?**

A proposta sempre foi cobrir todo o território brasileiro, além da cobertura internacional de pautas sobre o meio ambiente.

**Como se mantém?**

Doação de Pessoas Jurídicas.

<http://www.oeco.org.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/siteoeco>

[https://twitter.com/o\\_eco](https://twitter.com/o_eco)

*9.1.58. Jota*

***Enviado por: publica***

Site que visa produzir informação de qualidade para tornar o universo jurídico mais transparente e o ambiente de negócios, mais previsível. Existe desde 2014.

**De onde é?**

Nasceu em Brasília (DF). Tem foco especial em Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro.

**Como se mantém?**

Publicidade no site, assinaturas, newsletters de conteúdo especializado, investimento privado.

<http://www.jota.info/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/jotajustica>

<https://twitter.com/jotainfo>

9.1.59. *A Escotilha*

**Enviado por: publica**

Portal de jornalismo cultural que tem como proposta fazer uma leitura mais reflexiva e abrangente das manifestações culturais que nos circundam.

**De onde é?**

Projeto surgiu em Curitiba, Paraná. Hoje, também cobre atividades culturais em São Paulo, Campinas, Porto Alegre e Rio de Janeiro.

**Como se mantém?**

Publicidade no site; os editores e idealizadores arcam com despesas.

<http://www.aescotilha.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/aescotilha>

<https://twitter.com/aescotilha>

9.1.60. *Repórter Brasil*

**Enviado por: publica**

O jornalismo da Repórter Brasil tem experiência em monitorar os problemas trabalhistas e impactos socioambientais dos maiores setores econômicos do país. Um dos diferenciais é a habilidade de rastrear cadeias produtivas de ponta a ponta: revelando a ligação entre violações de direitos humanos e ambientais na base da produção e as grandes marcas nacionais e internacionais responsáveis por isso.

**De onde é?**

São Paulo, com cobertura nacional.

**Como se mantém?**

Publicidade no site, crowdfunding, doação de Pessoas Jurídicas, doações de Pessoas Físicas, grants e doações de entidades nacionais e internacionais.

<http://reporterbrasil.org.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/ONGReporterBrasil/>

<https://twitter.com/reporterb/>

*9.1.61. Rio na Rua*

***Enviado por: publica***

Criada em 2013, a iniciativa dá visibilidade a movimentos, causas e insurgências populares com recortes discursivos diferentes dos que a mídia corporativa relata.

**De onde é?**

Rio de Janeiro.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://www.rionarua.org/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/RioNaRua/>

<https://twitter.com/rjnarua>

*9.1.62. Viomundo*

***Enviado por: publica***

Site de notícias e opinião organizado em torno de dois jornalistas de esquerda, construído a partir da interação com leitores e comentaristas.

**De onde é?**

Nasceu em Nova York; cobertura focada em direitos humanos, movimentos sociais e política no Brasil.

**Como se mantém?**

Publicidade no site, crowdfunding, apoio de movimentos sociais.

<http://www.viomundo.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/Viomundo-109725279084911/>

<https://twitter.com/viomundo>

*9.1.63. Move that Jokebox*

***Enviado por: publica***

O Move nasceu de maneira despretensiosa em 2007, com pessoas que gostam de escrever sobre música. Hoje o site busca escrever mais sobre artistas nacionais e internacionais que não têm grande espaço na mídia tradicional.

**De onde é?**

São Paulo, cobre São Paulo e Rio.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://movethatjukebox.com/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/movethatjukebox>

<https://twitter.com/movethatjukebox>

*9.1.64. Outra Cidade*

***Enviado por: publica***

Veículo de comunicação criado em 2015 para as pessoas que se importam com as cidades onde vivem e querem melhorar os lugares que amam. As cidades estão mais inteligentes porque as pessoas estão mais inteligentes, com acesso a mais informação e tecnologia. Mas uma boa parte dessa inteligência ainda não está sendo usada nos lugares onde se passa a maior parte dos dias. A missão é contribuir, por meio de histórias bem contadas, para reunir essas pessoas.

**De onde é?**



Nasceu em São Paulo, mas pretende cobrir questões urbanas das cidades brasileiras e de outros países.

**Como se mantém?**

Publicidade no site.

<http://outracidade.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/umaoutracidade>

<https://twitter.com/umaoutracidade>

*9.1.65. Ecodesenvolvimento*

***Enviado por: publica***

O EcoDesenvolvimento.org, também conhecido como EcoD, é uma plataforma de comunicação online especializado em sustentabilidade. A missão é produzir, integrar e promover conteúdos relevantes para a conscientização e mobilização da sociedade em prol do desenvolvimento sustentável. As atividades foram iniciadas em novembro de 2008.

**De onde é?**

Salvador. Cobertura de âmbito nacional e internacional.

**Como se mantém?**

Publicidade no site, doação de Pessoas Jurídicas, patrocínio de empresas.

<http://www.ecod.org.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/ecodesenvolvimento.org>

<https://twitter.com/ecodorg>

*9.1.66. Coletivo Catarse*

***Enviado por: publica***

Coletivo de comunicadores comprometidos com a construção de alternativas que fortaleçam a cultura e o jornalismo independente e enriqueçam o debate sobre temas de interesse público. Por meio de um trabalho autoral, se aproxima de movimentos e organizações que entendem a cultura como um direito humano e a comunicação como uma ação transformadora. Nasceu em 2004.

**De onde é?**

Nasceu em Porto Alegre e hoje trabalha em diversas cidades, principalmente nos estados do Rio Grande do Sul e Bahia.

**Como se mantém?**

Publicidade no site, doação de Pessoas Jurídicas, prestação de serviços e recursos de editais.

<http://coletivocatarse.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/coletivocatarse>

<https://twitter.com/coletivocatarse>

*9.1.67. Nonada*

***Enviado por: publica***

Coletivo de jornalismo cultural e alternativo composto por cerca de vinte pessoas que trabalham de forma colaborativa. Procura relacionar as diversas formas de expressão artística com temas pertinentes à realidade e relativos aos direitos humanos.

**De onde é?**

O site nasceu em Porto Alegre, e sua cobertura prioriza essa região, mas também tem espaço para conteúdos universais.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://www.nonada.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/NonadaJor>

<https://twitter.com/nonadatravessia>

9.1.68. *Puntero Izquierdo*

***Enviado por: publica***

Faz reportagem de qualidade sobre futebol desde 2014.

**De onde é?**

Porto Alegre.

**Como se mantém?**

Crowdfunding.

<http://medium.com/puntero-izquierdo>

**Visite as redes:**

<http://www.facebook.com/PunteroIzquierdoBr/>

<http://twitter.com/punterobr>

9.1.69. *Think Olga*

***Enviado por: publica***

Projeto feminista criado em abril de 2013. O objetivo é criar conteúdo que reflita a complexidade das mulheres e as tratem com seriedade e como pessoas capazes de definir os rumos do mundo. A missão é empoderar mulheres por meio da informação e retratar as ações delas em locais onde a voz dominante não acredita existir nenhuma mulher.

**De onde é?**

São Paulo, com pretensão de cobertura nacional. A cobertura é diferente porque debate questões de gênero e nem sempre os artigos são sobre casos pontuais.

**Como se mantém?**

Crowdfunding, doação de Pessoas Jurídicas.

<http://thinkolga.com/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/thinkolga>

<https://twitter.com/thinkolga>

9.1.70. *Énois*

**Enviado por: publica**

Agência-escola de jornalismo para jovens de 14 a 21 anos que, a partir da sua produção independente, se transformam e impactam o mundo. Criada em 2011, oferece formação em jornalismo; lançou em 2015 a primeira plataforma de ensino de jornalismo gratuita do país, a [www.escoladejornalismo.org](http://www.escoladejornalismo.org). Os jovens investigam temas de seu interesse e publicam reportagens em vários veículos.

**De onde é?**

Nasceu na periferia de São Paulo. Atualmente tem rede nos estados de RJ, RS, PA, CE, GO e PE.

**Como se mantém?**

Projetos em parceria e financiamento de bolsas de estudo.

<http://www.enoisconteudo.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/enoisconteudo/>

9.1.71. *Alma Preta*

**Enviado por: publica**

O Alma Preta noticia e esmiúça desde 2015 a questão racial brasileira, posicionando-se como veículo de mídia negra. Por meio de reportagens e notícias, apresenta dados sobre a realidade do país sob a ótica negra, além de apontar as possibilidades, causas e consequências de fatos do cotidiano político, econômico e cultural. Com sua rede de opiniões de intelectuais e ativistas negros, O Quilombo, mostra um panorama do que pensam negros e negras no Brasil.

**De onde é?**

São Paulo, com cobertura nacional.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://almapreta.com/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/Alma-Preta-1557313474531421/>

[https://twitter.com/Alma\\_Preta](https://twitter.com/Alma_Preta)

9.1.72. *Papo Reto*

***Enviado por: publica***

Coletivo de mídia independente que visa disputar a narrativa sobre o Complexo do Alemão.

**De onde é?**

Rio de Janeiro, cobre Rio de Janeiro.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<https://100ko.wordpress.com/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/ColetivoPapoReto/>

9.1.73. *Projeto Andarilha*

***Enviado por: publica***

Plataforma de pesquisa e curadoria dedicada a mapear processos criativos que caminham pela nossa cultura. A missão é registrar, salvaguardar e difundir histórias de músicos, fotógrafos, cineastas, escritores e artistas que buscam em seu cotidiano, sua história de vida e família referência para projetos inspiradores.

**De onde é?**

O Andarilha começou suas andanças pelo Brasil – MT, AL, SP, RJ e, depois, MG. Atualmente continua caminhando pelo país através também de sua Rede Andarilha, em PE, PA, RJ, DF, SP, AL.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém.

<http://projetoandarilha.com/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/andarilha>

<https://twitter.com/souandarilha>

*9.1.74. Opera Mundi*

***Enviado por: publica***

Criado em 2008, é um veículo especializado na cobertura do noticiário internacional de política, economia e cultura, partindo de uma perspectiva latino-americana. Desde o início, o projeto aposta em reportagens especiais aprofundadas sobre os países da América Latina e também de outros lugares do planeta. Opera Mundi assina e utiliza criticamente os serviços das agências EFE, Ansa, Telesur e Prensa Latina. Em São Paulo, uma equipe de jornalistas organiza a pauta e a edição desses materiais. Desde 2014, incorporou a sua produção a edição online de Revista Samuel ([www.revistasamuel.com.br](http://www.revistasamuel.com.br)), um projeto inspirado nos projetos Utne Reader e Courier International que seleciona, diariamente, textos produzidos por publicações independentes de todo o planeta.

**De onde é?**

São Paulo, com cobertura nacional e internacional.

**Como se mantém?**

Publicidade no site.

<http://operamundi.uol.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/operamundi.br/>

<https://twitter.com/operamundi>

#### 9.1.75. *Portal de Notícias Catarinas*

##### ***Enviado por: publica***

O Portal de Notícias Catarinas é um veículo de jornalismo especializado em gênero. A linha editorial de Catarinas se encontra entre o jornalismo como um direito e os direitos humanos como uma premissa básica para a produção do jornalismo. Também se identifica como feminista, pretendendo o diálogo com as diversas linhas teóricas e políticas do feminismo, mediando suas perspectivas diante da realidade. Catarinas se coloca com uma unidade ativista do jornalismo enquanto direito e do feminismo enquanto estratégia de ação para a superação desta sociedade que ainda reserva lugares para as mulheres.

É um canal de comunicação livre, que abrange o jornalismo especializado e de opinião, apresentado ao público nos mais diferentes formatos e/ou gêneros textuais, a partir das convergências possibilitadas pelo jornalismo na web. Trabalhamos em três frentes relativas ao conteúdo: 1) Na produção jornalística própria, realizando reportagens, entrevistas e coberturas; 2) Na curadoria de informação diária, coletando o que tem sido produzido sobre gênero, feminismo, direitos humanos das mulheres, sexualidade, etc. 3) Na observação dos debates públicos sobre o tema, principalmente no monitoramento da disseminação de ideias pelos veículos de comunicação catarinenses no que diz respeito às questões de gênero.

##### **De onde é?**

Florianópolis/SC

##### **Como se mantém?**

Financiamos a primeira etapa do portal através do crowdfunding e agora apostamos no sistema de doações/assinaturas; nos leilões virtuais de obra de arte e discutimos um plano de publicidade. Também planejamos outras campanhas de financiamento coletivo para 2017 e estamos na construção da Associação Catarinas.

<http://catarinas.info/>

**Visite as redes:**

<http://www.facebook.com/portalcatarinas>

<http://www.twitter.com/portalcatarinas>

9.1.76. *ANF - Agência de Notícias das Favelas*

**Enviado por: publica**

A ANF é a Agência de Notícias das Favelas foi criada para atender a demanda da imprensa e da sociedade que precisavam obter informações sobre que acontecia no contexto das favelas do Rio de Janeiro. Fundada pelo jornalista André Fernandes, em janeiro de 2001, foi logo reconhecida pela Reuters como a primeira agência de notícias de favelas do mundo. Em 2005, a ANF foi instituída como uma ONG para levar adiante a luta pela democratização da informação da favela para o mundo, tendo como protagonistas seus principais moradores.

**De onde é?**

Rio de Janeiro. Cobertura: favelas do Brasil e exterior

**Como se mantém?**

Projetos/Editais e mantenedores

<http://www.anf.org.br>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/agenciadenoticiasdasfavelas/>

<https://www.twitter.com/noticiasfavelas>

9.1.77. *Outros400*

**Enviado por: publica**

O Portal Outros 400 é um espaço virtual de produção de notícias e conteúdos de comunicação. São o seu foco de atuação os fatos e criações referentes aos 400 anos de Belém, o fomento do debate público sobre os rumos da cidade em todos seus aspectos e abordagens da história de nossa capital a partir de uma visão crítica da realidade. Mais que respeito ? diversidade, levantamos as diferenças como bandeira. Colocamos



em pauta grupos e povos que vem historicamente sendo marginalizados: mulheres, negros, indígenas, ribeirinhos, homossexuais e tantos outros grupamentos que são silenciados diariamente.

**De onde é?**

Belém - PA. Cobertura: Nossa cobertura jornalística abarca a região metropolitana de Belém, que envolve os municípios de Belém, Ananindeua, Marituba, Benevides, Santa Isabel do Pará, Santa Bárbara do Pará e Castanhal.

**Como se mantém?**

Ainda não se mantém

<http://www.outros400.com.br/>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/Outros400>

<https://twitter.com/Outros400>

*9.1.78. Farol Reportagem*

***Enviado por: publica***

O Farol Reportagem é uma iniciativa de comunicação em Santa Catarina cujo propósito é orientar leitores e cidadãos que buscam informação bem apurada num mar de notícias irrelevantes. Neste universo abrangente, destacamos três áreas em que o desconhecimento ou o direito a informação negado podem mudar o rumo de uma sociedade: dados públicos, direitos humanos e transparência.

**De onde é?**

Florianópolis. Cobre a grande Florianópolis e o estado de Santa Catarina.

**Como se mantém?**

Doações e assinaturas

<http://www.farolreportagem.com.br>

**Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/farolreportagem/>

### 9.1.79. *Gênero e Número - Narrativas pela equidade*

#### **Enviado por: publica**

A Gênero e Número é uma iniciativa independente de jornalismo de dados voltada ao debate de gênero. Propõe-se a levantar, tratar e a expor dados e evidências em conteúdos de múltiplos formatos – com reportagens em texto e em vídeo, visualizações de dados interativas, ou mesmo apresentando os bancos de dados construídos ou analisados ao longo das apurações. Transparência é um valor inegociável no nosso trabalho. A revista web Gênero e Número, com edições mensais, é o primeiro produto da organização, que terá ainda outras frentes de atuação.

#### **De onde é?**

Foi criada no Rio de Janeiro, mas cobre o Brasil todo. A partir do segundo ano de existência, vai passar a cobrir América Latina.

#### **Como se mantém?**

Por ora, com financiamento de organização internacional

<http://www.generonumero.media>

#### **Visite as redes:**

<https://www.facebook.com/generonumero/>

<http://www.twitter.com/generonumero>